Judul CARA ENTREPRENEUR DALAM MEWUJUDKAN KHAYALAN

Penulis : Dr. Sri Handayani, MM

Tentang penulis ;

Pernah menjadi Accounting Coordinator PT Cereko Reksa Corporation tahu 1997-1998

Mengajar Di Universitas Madura tahun 2000-2015

Mengajar di Universitas Islam Madura Tahun 2001-2017

Mengajar di IAIN Madura tahun 2006 - sekarang

Kata Pengantar Penulis

Assalamualaikum Wr.Wb

Atas berkah dan rahmat Nya akhirnya buku “CARA *ENTREPRENEUR* DALAM MEWUJUDKAN KHAYALAN dapat terselesaikan. Buku ini dapat mengisi dan membuka tirai yang menghalangi dalam mewujudkan khayalan sebuah usaha ataupun pekerjaan untuk memenuhi kebutuhan scara fisiologi maupun aktualisasi diri

Khayalan hanya sebuah keinginan yang masih di angan-angan. Kadang-kadang orang merasa bingung ketika disuruh atau diperintahkan untuk mengkahayal , mereka merasa aneh dan akhirnya ketawa. Kebingungan yang dimaksud itu merupakan hal lumrah pada setian manusia yang pertama diperintahkan untuk mengkhayal.

Perintah mengkhayal akan berbeda dengan orang yang telah mempunyai jiwa *entrepreneurship*. Hal ini terjadi karena kreativitas dan inovasi dari si “ *ENTREPRENEUR* “ Apakah itu kreatif dan inovasi maka buku ini akan menjelaskan tahapan tahapan yang perlu dilakukan.

Seorang *entrepreneur* tentulah orang yang kreatif mencari peluang dimasa keadaan sulit maupun tidak. Setiap langkah dijalankan selalu dengan perhitungan yang matang dan mengikuti rule yang telah direncanakan.

Buku ini dibuat dalam desain sebuah analisis yang menggabungkan literature tentang *entrepreneurship* dari beberapa pakar. Literatur tersebut dipilih dengan maksud saling melengkapi dan menguatkan akan pentingnya *entrepreneurship* dari segala kegiatan yang bukan semata mata untuk bisnis saja.

*Entrepreneurship* akan menjadi penting untuk setiap orang dalam meningkatkan kreativitas dan inovasi. Hal ini disebabkan karena roh *entrepreneurship* yang membuka khayalan dan mewujudkannya

 Tahapan dalam mewujudkan khayalan tersebut dapat dibaca pada buku ini. Tahapan tahapan yang disajikan dalam buku ini bukanlah aturan harus dibaca sesuai urutan. Pembaca boleh membaca secara urut atau silakan langsung melompat pada tahapan berikutnya, karena setiap tahapan membuka khayalan merupakan kreativitas dari seorang *entrepreneur*

Pada buku ini Penulis membagi pada 4 (empat) sebagai berikut :

Bab I Pada tentang seluk beluk pengertian *entrepreneur*, *entrepreneurship*, sifat *entrepreneur*, dan semuanya hal yang berhubungan dengan *entrepreneur* secara teori

Bab 2 Pada bagian ini akan menyibak bagaimana peluang tersebut ada atau mewujudkan peluang untuk dapat diwujudkan. Pada bagian ini pembaca akan dibawa untuk mengkhayal dan membuka tirai yang menghalangi pandangan pembaca.

Bab 3 Pada bagian ini pembaca akan di bisa melihat dan membaca bagaimana sebuah peluang dapat diwujudkan dengan aaturan serta perhitungan yang tidak bersifat spekulasi. Pada bab ini aka nada perhitungan dalam studi kelayakan sebuah bisnis

Bab 4 Pada bab ini pembaca akan melihat contoh proposal sebuah usaha yang dapat diwujudkan jika sesuatu masa memerlukan sebuah konsep dalam bentuk proposal usaha.

Intisari

Sebuah khayalan akan dapat dengan mudah terwujud jika dilakukan oleh seseorang yang mempunyai kreativitas dan inovasi yang tinggi. Bentuk tersebut terwujud pada seorang entrepreneur, apakah seorang tersebut adalah pengusaha ataupun karyawan dari sebuah perusahaan. Buku ini mengajak pembaca untuk melihat bahwa segala keinginan akan terwujud tergantung pada seberapa besar pengorbanan yang dikeluarkan dan jangan lupa segala sesuatu yang terwujud dari setiap keinginan itu semata mata karena Allah SWT tanpa Nya maka sesuatu keinginan dari kita tidaklah mungkin terwujud.

DAFTAR ISI

Bab I Seluk beluk dalam teori *entrepreneuship* ……..............1

Bab 2 Membuka peluang ……………………………………………17

Bab 3 Perhitungan sebuah kelayakan bisnis ……………50

Bab 4 Contoh proposal usaha …………………………………70

**BAB I**

**Seluk Beluk Teori *Entrepreneuship***

Ketika berbicara mengenai entrepreneur atau kewirausahaan maka kecenderuangan dari kebanyakan orang adalah seorang pengusaha yang berhasil dengan usaha yang dijalankannya atau warisan usaha dari keluarga besar atau warisan dari orang tuanya.. Akan tetapi saat ini untuk menjadi seorang *entrepreneur* tidaklah harus dari keluarga pengusaha. Setiap orang mempunyai kesempatan untuk menjadi pengusaha.

Sebuah Negara dianggap kuat ekonominya jika memepunyai *entrepreneur* 2,5% dari total penduduk. Berdasarkan data statistik jumlah *entrepreneur* di Indonesia tidak mencapai 2,5% hanya sebesar 0,18% dari jumlah penduduk. Berdasarkan hasil sensus ekonomi untuk 2006 pelaku usaha berjumlah 22.737.314 unit. Untuk usaha berskala besar berjumlah 44.038 unit, 152.789 unit berskala menengah, sedangkan 18.933.701 unit untuk skala mikro sedangkan selebihnya 3.594.254 unit usaha berskala kecil.

Dalam hal penyerapan tenaga kerja untuk usaha berskala besar sebesar 5.074.934, untuk skala menengah penyerapan tenaga kerja sebesar 4.720.005., sedangkan untuk skala mikro penyerapannya sebesar 77.061.669 dan usaha kecil sebesar 7.416.417 . ( Bisnis Indonesia 2009 p. 85)[[1]](#footnote-1)

Adanya data tersebut menunjukkan sebuah prioritas untuk mengatasi pengangguran yang ada di Indonesia. Tercatat tingkat pengangguran ya ada sebesar 8,39 persen dari total angkatan kerja.[[2]](#footnote-2) Dari beberapa data diatas maka dapat diketahui untuk mengatasi pengangguran maka jumlah *entrepreneur* harus ditingkatkan untuk mengingat prosentase tingkat *entrepreneur* hanya 0,18 pada tahun 2009. *Entrepreneur* perlu di tingkatkan mulai tingkat SD ataupun bahkan pada level perguruan tinggi.

Dalam meningkatkan *entrepreneur* maka perlu sebuah kebijakan pemerintah untuk mensosialisasikan bahwa pentingnya *entrepreneurship* (kewirausahaan). Pada puluhan tahun sebelumnya ada yang berpendapat bahwa *entrepreneurship* tidak dapat diajarkan.[[3]](#footnote-3) Tetapi sekarang mata pelajaran ataupun mata kuliah *etrepreneurship* telah dilaksanakan sampai diperguruan tinggi. Mata pelajaran ini di Indonesia sudah ada sejak di tingkat TK (taman kanak-kanak) dengan diselengarakannya bazar yang dilakukan oleh anak – anak pada sekolah taman kanak-kanak, meskipun pelaksanaan bazar tetap melibatkan orang tua pada kegiatan tersebut.

Perkembangan pengenalan *entrepreneur* di Indonesia mengalami kenaikan dilihat adanya sosialisasi dari pihak Pendidikan, perusahaan, pemda bahkan pihak pemerintah dalam meningkatkan *entrepreneur*. Salah satu yang dilakukannya dengan menyelenggarakan lomba *entrepereneur* tingkat umum oleh perusahaan ataupun tingkat pelajar maupun mahasiswa yang diselenggarakan pihak universitas atau lembaga sekolah.

Tahun 1980-an di Amerika telah ada 20 juta *new entrepreneur* dengan menciptakan lapangan pekerjaan baru.[[4]](#footnote-4) Adanya lapangan pekerjaan baru maka kesempatan bekerja pendududk pada angkatan tenaga kerja meningkat serta mengakibatkan pengagnguran berkurang.

Perkembangan *entrepreneurship* bahkan telah sampai di china sebagai contoh universitas di Beijing telah menghapus paham Marxis dan menggantikannya dengan mata kuliah *Entrepreneurship*.[[5]](#footnote-5) Keadaan ini telah menunjukkan bahwa sebuah Negara sangatlah membutuhkan entrepreneur dalam meningkatkan keuatan ekonominya disamping bidang-bidang yang lainnya. Keberadaan entrepreneur akan membawa perubahan untuk menjadi lebih maju dengan adanya sikap kreatif dan *inovative*.

Sikap kreatif dan inovatif seorang *entrepreneur* tidak serta merta akan datang sendirinya maka perlu adanya dorong dan kerjasama dari semua pihak. Salah satu yang dapat mendorong hal tersebut adalah sekolah yang mendorong untuk para siswa atau mahasiswa menjadi seorang *entrepreneur*. Hal ini telah terjadi di MIT, Hardvard University dan beberapa perguruan tinggi lainnya.[[6]](#footnote-6)

“Pendidikan Formal dan pengalaman kecil-kecilan yang dimiliki oleh seseorang dapat menjadi potensi utama untuk menjadi wirausaha yang berhasil. Oleh sebab itu dikatakan entrepreneur are not born-they develop.” Menurut HIsrich-peters, 1995)[[7]](#footnote-7). Adanya pendidikan formal yang mendorong *entrepreneurship* merupakan hal yang paling baik dalam memasyarakatkan atau mensosialisaikannya, disamping tempat tempat yang lain.

Dorongan dari pihak formal sangatlah memungkinkan untuk mendorong *entrepreneurship* menjadi lebih membumi. Hal ini akan memberikan nilai positif dan perkembangan kemajuan ekonomi di sebuah Negara. Seperti penjelasan diatas minimal 2,5% *entrepreneur* ada di sebuah Negara dan diindikasikan bahwa Negara tersebut dianggap maju.

Selain dorongan dari pihak formal, dorongan dari informal juga tak kalah pentingnya untuk lebih meluas pemahaman atau menciptakan *entrepreneur* dalam rangka bahwa

*Entrepreneur* membawa keadaan ekonomi semakin maju. Hal ini disebabkan lapangan pekerja akan tercipta dengan sendirinya akibat adanya kehadiran entrepreneur-entrepreneur baru di sebuah Negara. Lapangan pekerjaan akan tumbuh dan membawa keadaan ekonomi semakin bagus.

1. **Definisi *Entrepreneurship***

Di dalam buku Rambat Lupiyoadi (2004:1) dijelaskan bahwa istilah kewirausahaan merupakan kata dari bahasa inggris yaitu *entrepreneurship*. Hanya saja kata tersebut sebenarnya berasal dari bahasa Prancis yaitu *entreprende* yang mempunyai arti petualang, pencipta dan pengelola usaha, dan dikenalkan pertama kali oleh Richard Cantillon (1755). Istilah ini semakin popular setelah dipakai oleh J.B.Say (1803) seorang pakar ekonomi yang menjelaskan atau mengamabarkan seseorang yang mampu membawa kemajuan dari sumber daya ekonomis dari tingkat produktivitas yang kecil kearah lebih besar dan menghasilkan sesuatu yang lebih dari sebelumnya.[[8]](#footnote-8)

Perkembangan selanjutnya mengenai definisi *entrepreneurship* Coulter (2000:3) menjelaskan bahwa entrepreneurship sering berhubungan dengan proses, pembentukan atau pertumbuhan dalam sebuah usaha baru yang berorientasi pada keuntungan, penciptaan nilai dan membentuk produk baik barang maupun jasa dalam bentuk yang unik dan inovatif.[[9]](#footnote-9)

Ada dua cara pendefinisian dari *entrepreneurship* dari para ekonom yaitu sebagai berikut:

1. Mendefinisikan bahwa entrepreneur sebagai seorang pendiri perusahaan atau manajer yang berukuran kecil dan menengah level pontensi pertumbuhan.
2. Mendefinisikan entrepreneurship sebagai bentuk fungsi ekonomi.[[10]](#footnote-10)

Pada pendekatan definisi ini disebabkan adanya krisis pada kapitalisme pada tahun 1970 an. Krisis disebabkan adanya persaingan dari perusahaan jepang dan Asia tenggara. Semakin banyak *entrepreneurship* sehingga muncul usaha-usaha kecil yang mendorong budaya perusahaan berdasarkan peran yang positif yang sering disebut *entrepreneurship* yang mengandung arti memperkerjakan dirinya sendiri.[[11]](#footnote-11)

Hisrich menyatakan “*Entrepreneurship is one method for stimulating and then capitalizing on individuals in an organization who think that something can be done differently and better”[[12]](#footnote-12).*Jika diterjemahkan dapat dijelaskan bahwa kewirausahaan merupakan satu metode yang memberikan jalan dalam meningkatkan individu di sebuah organisasi untuk menciptakan sesuatu yang berbeda dan lebih baik. Hal ini menunjukkan bahwa kewirausahaan adalah cara dalam menciptakan kearah positif untuk menjadi yang lebih baik.

Dalam menciptakan hal yang berbeda untuk positif maka perlu *entrepreneurship*. Berbeda yang dimaksud adalah cara seseorang untuk bekreatif dan berinovasi dalam mencapai apa yang diinginkan. Pencapaian tujuan tersebut tentunya dalam buku ini adalah hal yang positif dan tidak menyalahi ajaran agama dan aturan perundang-undang yang berlaku.

Menurut Drucker (1994) menjelaskan bahwa *entrepreneurship* lebih pada sifat, watak dan ciri-ciri yang ada pada seseorang yang mempunyai kemauan keras dalam mewujudkan inovatif yang merupakan gagasan ke dalam arah yang riil serta dapat mengembangkannya dengan kuat.[[13]](#footnote-13)

Definisi selanjutnya dari Yuyun Wirasasmita (2003) yang menjelaskan bahwa entrepreneurship adalah sebuah faktor produktif yang aktif dan dapat menggerakkan serta memanfaatkan sumberdaya yang ada seperti SDA, modal, teknologi yang dapat menciptakan kemakmuran dengan terciptanya lapangan pekerjaan, pendapatan atau penghasilan dan barang/jasa yang diperlukan oleh masyarakat.[[14]](#footnote-14)

Definisi *entrepreneurship* oleh Primsambodo (1998) adalah gabungan kreativitas, tantangan, kerjakeras, dan kepuasan. Dan konsep ini seperti seniman bahwa seorang *entrepreneur* harus memahami imajinasi yang di angankan untuk dijadikan gagasan yang dapat diwujudkan. Ropke (2004) menjelaskan bahwa *entrepreneurship* merupakan proses penciptaan sesuatu yang baru (kreatif) dan berbeda (inovatif) dengan maksud tujuan untuk kesejahteraan diri dan memberikan nilai tambah bagi masyarakat.[[15]](#footnote-15)

Dari beberapa pendefinisian tentang *entrepreneurship* (kewirausahaan) dapat disimpulkan bahwa kewirausahaan adalah usaha yang dilakukan oleh seseorang untuk meniningkatkan sebuah nilai atau volume dari kecil kearah kemajuan pada sebuah produk jasa maupun barang yang unik dan berbeda, tentunya kearah yang positif .

1. **Perusahaan Bersifat Tradisional Dan *Entrepreneurship***

Ada beberapa perbedaan yang sangat menyolok dari perusahaan yang bersifat traditional dengan yang *entrepreneurship.* Adapun yang sering terjadi pada perusahaan yang bersifat traditional sebagai berikut

1. Mengikuti aturan ketat yang telah dibuat
2. Tidak boleh berbuat kesalahan atau menyimpang dari yang telah ditentukan
3. Dilarang berinisiatif sendiri [[16]](#footnote-16)

Hal yang terjadi pada perusahaan traditional cenderung diktator, semua karyawan harus mengikuti aturan yang dibuat perusahaan dan sebisa mungkin tidak melakukan kesalahan atau menyimpang. Perusahaan cenderung melarang karyawan untuk berinisiatif sendiri. Keadaan seperti ini menyebabkan kreativitas berhenti dan timbullah kemonotonan dalam bekerja. Orang dianggap seperti robot, semua pekerjaan harus mengikuti aturan yang ketat.

Adanya pelarangan kreativitas mengakibatkan inovasi susah untuk direalisasikan. Kreativitas karyawan maupun pemilik dalam perusahaan sangatlah penting dalam meningkatkan nilai perusahaan untuk maju. Tanpa ada kreativitas kedua belah pihak maka adanya tantangan perubahan dari luar menyebabkan susah untuk diurai. Akibatnya perusahaan akan masuk pada ranah stagnan.

Kreatifitas akan dibarengi oleh inovasi. Semua kekuatan , kelemahan atau kesempatan bahkan ancaman akan dikelola oleh perusahaan dalam hal ini pemilik atau karyawan kearah yang memberikan nilai kemajuan untuk perusahaan. Mustahil hal tersebut dilakukan oleh perusahaan yang bersifat traditional atau kaku dalam menghadapi semuanya tersebut.

Berbeda keadaan yang terjadi pada perusahaan yang mempunyai entrepreneurship. Keadaan yang seriring terjadi yaitu

1. Karyawan dapat mengembangkekan kreativitasnya pada visi dan tujuan dan kegiatanya
2. Adanya reward yang diberikan pihak perusahaan kepada karyawannya pada kegiatan bernilai positif .[[17]](#footnote-17)

Suasana memberikan kebebasan dalam berkreatifitas akan membawa nilai yang positif bagi kemajuan perusahaan. Kreativitas muncul dari karyawan akan menciptakan inovasi-inovasi yang baru dalam menghadapai perubahan. Perubahan lingkungan dari luar yang terjadi merupakan sesuatu yang harus dihadapi perusahaan. Sebuah perusahaan yang tidak bisa mengikuti perubahan zaman maka akan terlindas oleh perusahaan lainnya. Persaingan ketat antar perusahaan akan membawa pengaruh yang besar dalam kemajuan perusahaan.

Perusahaan dituntut untuk mengikuti perkembangan, oleh sebab itu perlulah karyawan yang mengerti dan paham terhadap situasi tersebut. Pemahaman terhadap perubahan lingkungan dan zaman tentu diperlukan kreatifitas karyawan yang melahirkan inovasi dalam mengurai setiap permasalahan. Permasalahan dapat diurai jika setiap karyawan memilki kemampuan kreatif dan inovasi yang membawa kearah perubahan kemajuan bagi perusahaan dan masyarakt sekitarnya.

1. **Hal Yang Mendorong Timbulnya *Entrepreneurship***

Ada beberapa hal yang memungkinkan timbulnya *entrepreneurship* pada perusahaan sebagai berikut:

1. Penerapan teknologi yang membawa keberanian pada karyawan sehingga tidak takut
2. Selalu terbuka pada hal yang bersifat eksperimen
3. Tidak ada ukuran dalam sebuah keberhasilan.
4. Adanya dana yang cukup untuk pengembangan diri
5. Dikembangkanya multidisiplin dalam sebuah tim serta kerjasama diberbagai bidang
6. Semangat *entrepreneurship* bukan berdasarkan perseorangan tetapi berdasarkan sukarela dan sistem reward untuk tenaga dan pikiran dalam menciptaka ide
7. Mendapatkan dukungan dari pihak manajemen perusahaan dalam bentuk phisik maupuan dalam bentuk *finansial[[18]](#footnote-18)*

Suasana yang memungkinkan untuk menciptakan kreativitas perlulah difasilitasi oleh perusahaan dengan menyiapkan teknologi yang membangun keberanian karyawan. Hal ini membawa karyawan untuk dapat mewujudkan ide dengan inovasi yang dibuatnya melalui percobaan trial and error untuk menciptkan produk baru.

Mewujudkan kreativitas dalam sebuah inovasi perlu didukung dengan dana yang cukup dan kerjasama dengan antar bidang dan inovasi tersebut diperoleh dari sebuah tim yang berisi multidisiplin. Kreativitas yang mewujudkan inovasi memerlukan sebuah pengakuan dari pihak perusahaan. Salah satu yang dapat dilakukan oleh pihak perusahaan adalah memberikan *reward* berupa phisik maupun *finansial*. Penghargaan perusahaan kepada karyawan dari ide dan energi yang dikeluarkan oleh karyawan akan membawa spirit pada kemajuan karyawan dan perusahaan kearah yang lebih maju.

1. **Ciri – Ciri Dari *Entrepreneur***

Seoarang entrepreneur selalu mempunyai keinginan untuk maju. Kemajuan yang diinginkan tentunya berorientasi kedepan. Angan untuk maju atau pandangan kedepan bukan hanaya sebuah lamunan dari sebuah angan yang tidak dapat terealisasi, akan tetapai sebuah anagan yang dapat diwujudkan dalam sebuah perhitungan, pilihan yang tepat dari sebuah pemikiran rasional.

BN Marhum (1993) merangkum dari beberapa penelitian di Amerika mengenai ciri-ciri dan watak seorang *entrepreneur*. Adapun ciri ciri dan watak dapat durai sebagai berikut:

1. Percaya diri dapat diwujudkan pada

- watak keteguhan,

- ketidak tergantungan,

- pribadi yang mantap

- optimism

1. Berorientasi tugas dan hasil dapat diwujudkan pada kebutuhan atau haus pada prestsi,
* berorientasi hasil atau laba,
* tekun, tabah, kerja kreas,
* mempunyai tekad,
* motivasi,
* penuh dengan inisiatif
1. Pengambil rresiko dapat diwujudkan pada
* Mempunyai kemampuan dalam mengambil resiko
* Suka pada tantangan
1. Kepemimpinan dapat diwujudkan pada
* Mempunyai kemampuan memimpin
* Dapat bergaul
* Menerima saran dan kritik
1. Orsinilitas dapat diwujudkan pada
* Inovatif
* Kreatif
* Fleksibel
* Banyak sumber
* Serba bisa
* Banyak pengetahuan
1. Berorientasi ke masa depan dapat diwujudkan pada
* Selalu berpandangan ke depan
* perseptif[[19]](#footnote-19)

Untuk mendorong usaha menjadi bagus maka perlu seorang *entrepreneur* memiliki sifat sebagai berikut

1. Ulet
2. Tekun dan teliti
3. Rasional
4. Pandai bergaul
5. Lapang dada
6. Berani menangung resiko
7. Penuh inisiatif dan kreatif
8. Mempunyai kemampuan untuk melimpahkan wewenang
9. Cepat dalam mengambil keputusan
10. Kemapuan memimpin dan mengorganisir[[20]](#footnote-20)

Semua ciri-ciri dan watak maupun siaft *entrepreneur* yang di atas bukan menutup kemungkinan banyak lagi yang bisa di sebutkan. Semua ciri-ciri tersebut merupakan karakter yang baik dan seharusnya dimiliki seorang *entrepreneur*.

Ada beberpa karakter *entrepreneur* yang selayaknya dimiliki yaitu :

* Disiplin yang tinggi
* Selalu awas terhadap tujuan yang hendak di capai
* Selalu mendengar inttuisi
* Sopan pada orang
* Mau belajar apa saja dalam rangka memudahkan pencapaian tujuan
* Selalu belajar dari kesalahan
* Selalu mencari peluang yang baru
* Memiliki ambisi dan berpikir positif
* Selalu menghadapi resiko dengan membuat pertimbangan dan hitungan yang matang sebelumnya[[21]](#footnote-21)

Karakter yang disebutkan diatas sebenarnya merupakan sebagian saja yang dimiliki oleh seorang entrepreneur. Masih banyak karakter yang perlu dimilki oeleh seorang entrepreneur. Dalam buku ini penulis membahasnya hanya sebagian kecil saja, karena masih banyak karakter yang tidak bisa disebutkan pada buku ini.

Sifat sifat yang baik untuk mendorong kemajuan ke arah posiif merupakan ciri-ciri dan watak yang dimiliki entrepreneur. Sedangkan ciri ciri dan watak yang merupakan kebalikannya tentunya merupakan hal yang harus dijauhkan. Jika seorang entrepreneur mempunyai salah satu yang tidak menunjukkan ciri-ciri dan watak seorang entrepreneur maka bukan berarti tidak bisa menjadi seorang entrepreneur, hanya saja itu merupkan kelemahan diri, untuk mengatasinya maka perlu perenungan dan mencari solusi . Karakter yang pasti tidak boleh ditinggalkan oleh seorang entrepreneur adalah menjadi pribadi yang jujur dan bertanggung jawab. Dengan kejujuran maka segalanya akan menjadi mudah untuk merencanakan.

Pentingnya kejujuran dan tanggungjawab dapat dicontohkan dalam ilustrasi sebuah usaha yang dilakukan oeleh seseorang dalam mewujudkan angan sebagai berikut:

Andi adalah seorang pengusaha roti yang dianggap maju oleh sebagian orang. Hanya saja kemajuan tersebut bukanlah kemajuan yang hakiki karena dibalik kesuksesannya terdapat sesuatu hal yang tidak jujur. Sebagai contoh tepung yang dipakai menggunakan tepung yang kadaluarsa dengan maksud agar keuntungan yang diperoleh semakin tinggi.

Keuntungan yang diharapkan mungkin saja suatu saat tidak akan diperolehnya karena jika kebohongan tersebut diketahui tidak menutup kemungkinan para pelanggan akan lari dan berpindah tempat. Pada saat itulah kejayaan usaha akan runtuh dan susah untuk memulihkan kepercayaan pelanggan terhadap produknya.

Illustrasi tersebut hanyalah salah satu contoh dari karakter seorang *entrepreneur* yang harus dimiliki. Ada beberapa karakter yang kadang tidak bisa dimilki oleh seseorang salah satu contohnya adalah sifat kurang percaya diri atau pemalu. Untuk menjadi seorang entrepreneur dalam menjalankan usaha tidak boleh malu, karena sebagai pribadi yang pemalu maka potensi yang ada pada diri seseorang tidak terlihat, sehingga orang lain akan menilainya jelek tidak bagus.

Untuk mengatasi sebagai pribadi yang pemalu maka perlu berteman dengan orang yang tidak pemalu. Adanya teman yang memberikan spirit untuk kemajuan kita dan saling mendukung akan terbentuk simboisis mutualisme. Sebagai seorang entrepreneur haruslah mengerti apa yang menjadi kekuatan dan kelemahan diri sendiri, dengan mengetahuinya maka dapat dicarikan solusi agar tidak menjadi hambatan diri entrepreneur untuk menjadi maju.

Dibawah ini sifat yang tidak boleh dimiliki oleh sorang *entrepreneur* adalah

* Pemalu
* Tidak betanggung jawab
* Tidak tepat waktu
* Pemalas
* Egois
* Suka berbuat curang
* Sombong
* Malas
* Meremehkan kemampuan orang lain
* Pemarah
* Tidak percaya diri
* Suka semena mena
* Takut mencoba
* Dan lain lain

Dari contoh yang ditulis diatas , sebenarnya masih banyak sifat yang tidak boleh dimilki seorang entrepreneur. Silakan pembaca untuk menambahkan sendiri. Tentunya sifat yang dimaksud adalah suatu sifat yang membuat ketidakberhasilan entrepreneur dalam menjalankan sebuah usaha .

1. **Kegunaan *Entrepreneurship***

Adapun kegunaan *entrepreneurship* adalah sebagai berikut:

1. Memberi peluang dan kebebasan dalam mengendalikan nasib sendiri
2. Memberi peluang untuk perubahan
3. Memberi peluang untuk pencapaian potensi diiri sepenuhnya
4. Memiliki peluang untuk mendapatkan keuntungan seoptimal mungkin
5. Memilki peluang untuk berperan aktif pada masyarakat dan mendapatkan pengakuan atas usahanya.
6. Memiliki peluang dalam melakukan hal yang disenangi dan merasa senang melakukannya.[[22]](#footnote-22)

Penjelasan

*Entrepreneurship* membawa kebebasan untuk mengekplore diri tentunya dengan tetap pengendalian diri karena yang emenetukan nasib adalah diri sendiri. Kebebasan yang dimaksud disisni adalah bahwa tidak ada keterikatan seperti seseorang bekerja kepada perusahaan dengan aturan yang kaku. Kebebasan tersebut mrupakan perubahan ke positif dalam pencapaian potensi untuk mempero;leh keuntungan yang optmal dan berperan aktif pada masyarakat serta mendapatkan pengakuan dari masyarakat. Kegiatan yang dilakukan dalam *entrepreneurship* merupakan hal yang menyenangkan dan disenangi.

Kegiatan yang dilakukan seorang entrepreneur selayaknya adalah yang menyenagkan dan tentunya hal yan disenangi. Adanya dorongan kesukaan pada sesuatu mendorong kreativitas seseorang. Dorongan tersebut akan memunculkan ide yang inovatif dalam menciptakan sexuatu yang baru dan unik, tentunya untuk kepentingan diri (peruahaaan) dan masyarakat sebagai stakeholder sebagai pemakai produk barang atau jasa.

Kegiatan *entrepreneurship* adalah kegiatan untuk melihat hal yang menjadi lebih berfungsi atau bernilai tambah dalam pencapaian kemajuan. Untuk melihat tersebut maka perlu sebauah imajinasi yang baik. Tanpa adanya imajinasi yang diwujudkan pada produk yang dihasilkan maka hal unik, berbeda dan mempunyai nilai tambah susah untuk terwujud. Kegiatan imajinasi tentulah akan lahir dari rasa senang. Jika ada sebuah keterpaksaan maka imajinasi tidak akan muncul

Sesuatu kegiatan yang dilakukan kareana keterpaksaan akan memberikan hasil kurang optimal. Keterpaksaan membuat diri seseorang merasa tidak bebas atau merasa tertekan. Adanya perasaan tertekan membuat ide dan kreativitas seseorang akan tumpul. Sedangkah ruh dari entrepreneurship adalah kreativitas. Dengan adanya kreativitas maka akan muncul ide yang membawa perubahan kearah yang maju. Perubahan yang dimaksud tetunya diharapkan kearah yang positif, jika perubahan kearah yang negative maka ada sesuatu hal yang salah maka perlu pengendalian dan evaluasi pada setiap pencapaian yang diperoleh.

1. ***Fungsi Entrepreneurship***

Fungsi *entrepreneurship* terbagi menjadi dua yaitu fungsi pokok dan fungsi tambahan

Adpun fungsi pokok sebagai berikut

1. Membuat keputusan penting dan mengambil resiko pada tujuan dan sasaran perusahaan
2. Memutuskan sasaran dan tujuan
3. Menetapkan bidang usaha dan pasar
4. Menghitung skala yang di inginkan
5. Menentukan modal yang akan digunakan
6. Memilih dan mnetapkan karyawan dan mmberikan motivasi
7. Mengendalikan secara efektif dan efisien
8. Mencari dan menciptakan cara baru
9. Mencari terobosan baru dalam memasukkan input dan mengolahnya untuk menghasilkan barang /jasa yang menarik
10. Memasarkan produk untuk memuaskan pelanggan dan memperoleh keuntungan yang maksimal

Sedangkan fungsi tambahan dari *entrepreneurship* adalah

1. Mengenal lingkunagna perusahaan dengan maksud mencari peluang usaha
2. Mengendalikan lingkungan perusahaan kea rah yang menguntungkan perusahaan
3. Menjaga lingkunagan usaha agar tidak merugikan masyarakat atau lingkunagan akibat limbah usaha
4. Melunagkan dan peduli pada CSR. Selalu peduli pada lingkungan sosial di sekitarnya[[23]](#footnote-23)

Fungsi pokok dan fungsi tambahan dari *entrepreneurship* merupakan hal yang seyogyanya dilakukan oleh entrepreneur, karena merupakan keberhasilan hakiki untuk memperoleh hasil atau pencapaian maksimal apabila memberikan kearah perubahan yang positif untuk diri dan masyarakat sekitarnya

**BAB 2**

**MEMBUKA PELUANG**

Pada bab 2 yaitu membuka peluang akan dibahas mengenai bagaimana memperoleh peluang sehingga menumbuhkan ide yang kemudian direalisaikan pada sebuah usaha. Sebuah usaha baru akan muncul disebabkan adanya peluang yang datang secara sengaja maupun tidak sengaja.

Dalam pembahasan peluang, buku ini mengajak para pembaca untuk berimajinasi atau berkhayal. Seperti yang dijelaskan pada bab sebelumnya, bahwa *entrepreneurship* memberikan kebebasan dalam berkreatif dan pengendalian nasib diri.

Pengendalian pada nasib diri ini memungkinkan seorang *entrepreneur* harus tetap pada jalur yang aman, maksudnya masih bersifat rasional. Rasional yang dimaksud adalah berimajinasi atau berkhayal tetap pada ranah wajar dengan perhitungan usaha yang benar. Perhitungan yang benar tentunya sesuai dengan kaidah perhitungan yang berlaku umum.

Perhitungan disini tidak harus sesuai kenyataan tetapi paling tidak mendekati keberhasilan dalam usaha yang akan dirintis. Peramalan usaha dapat dihitung menggunakan analisis trend, product moment, menggunakan regresi, atau data-data statistic lainnya yang menunjang peramalan tersebut.

Berkhayal tanpa adanya perhitungan yang rasional merupakn hal yang tidak boleh dilakukan oleh seorang *entrepreneur*. Siapapun boleh menjadi seorang *entrepreneur* hanya saja sifat, karakter yang telah disebutkan sebelumnya telah dipenuhi.

Pada bab ini juga penulis akan memberikan step by step bagaimana membangun usaha dengan cara merelisasikan sebuah ide yang diperoleh dari peluang yang ada. Penulis berusaha untuk menyajikan agar pembaca dapat dengan mudah untuk mempraktekkannya

Pada bab membuka peluang akan dibahas dalam metode analisis SWOT yaitu

1. Kekuatan
2. Kelemahan
3. Kesempatan/peluang
4. Ancaman

Pembahasan tersebut akan mengulas bagaimana sebuah kekuatan usaha,/ diri/ perusahaan akan menjadi pembuka sebuah peluang usaha.

Selain menggunakan konsep SWOT yang akan dijadikan dalam membuka peluang, maka pembahasan di buku ini juga menggunakan faktor lingkungan eksternal maupun internal pada perusahaan/ diri/ usaha.

Pembahasan dalam membuka peluang di ilustrasikan pada sebuah contoh sebuah usaha sebagai berikut :

Ilustrasi yang akan di gambarkan adalah sebagai berikut

Bapak Andi mempunyai sebuah perusahaan roti dengan nama “ Pratama Bakery “ dengan omset perbulan mencapai Rp100.000.000. Jumlah pelanggan sudah mencapai 1000 pelanggan. Roti yang dibuat mempunyai rasa yang berbeda dengan roti bakery lainnya. Resep roti dimiliki sendiri oleh pemilik perusahaan yaitu bapak And. Karyawan di perusahaan tersebut tidak mengetahui komposisi bahan yang dipakai dalam pembuatan roti. Jumlah karyawan yang bekerja semuanya berasal dari asli daerah dan jumlahnya tidak banyak. Ternyata yang menjadi pelanggan tetapnya adalah dari luar daerah. Hanya sebagian masyarakat didaerah tersebut yang menjadi pelanggan tetapnya.

Harga roti yang ditawarkan termasuk mahal menurut masyarakat setempat. Sebenarnya masyarakat suka dengan kualitas roti dari perusahaan tersebut hanya saja masyarakat sekitar tidak mampu untuk membelinya lebih baik membeli kebutuhan primer yang lebih mengenyangkan. Perusahaan Pratama bakery selalu menjaga kualitas, merasa yakin jika menjaga kualitas pelanggan akan tetap loyal untuk membeli produknya. Resep yang menjadi rahasia perusahaan hanya dimiliki oleh pemilik saja tanpa ada perubahan/ modifikasi untuk melihat perubahan pasar. Pelanggan yang loyal kecenderungan untuk orang yang dewasa, anak-anak dan remaja tidak terlalu menyukainya. Rasa sensasinya biasa dan tidak mengikuti pasar.

Menurut Pak Andi dengan resep seperti itu saja telah mempunyai pelanggan yang banyak, maka cukup menurut pak Andi untuk tidak melakukan percobaan/eksperimen lagi. Permintaan sudah dianggap cukup untuk perusahaanya.

Dari ilustrasi diatas buku ini akan membawa pembaca untuk berkhayal atau berimajinasi dalam sebuah analisis SWOT untuk mengungkapkanya dalam melihat kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman. Pembaca bisa menambahkan sebuah kemungkinan yang terjadi pada ilustrasi tersebut.

1. Membuka peluang melalui kekuatan yang dimilki oleh perusahaan

Kekuatan yang dimiliki perusahaan Pratama bBakery adalah

1. Pelanggan yang mencapai 1000 orang
2. Resep yang terjaga kerahasiaannya
3. Karyawan yang berasal dari asli daerah setempat.

Pada tahapan ini pembaca bisa menambah kekuatan yang dimiliki perusahaan. Tidak ada yang salah dalam menentukan kekuatan, karena seorang *entrepreneur* akan mewujudkan gagasan dari angan-angan dalam bentuk sebuah perencanaan yang matang disertai perhitungan.

1. Membuka peluang melalui kelemahan yang dimilki oleh perusahaan

Kelemahan yang dimilki perusahaa Pratama Bakery yaitu

1. Karyawan yang dimiliki hanya berjumlah 5
2. Belum ada pilihan varian produk
3. Roti yang dibuat hanya untuk orang dewasa
4. Merasa cukup dengan apa yang dicapai saat ini

Pada tahapan ini pembaca silakan berimajinasi kira-kira kelemahan apa yang mungkin ada pada Pratama Bakery, karena tidak menutup kemungkinan hal itu terjadi pada perusahaan tersebut.

1. Membuka peluang melalui kesempatan yang dimilki oleh perusahaan

Kesempatan yang dimiliki perusahaan Pratama Bakery adalah

1. Masih ada segmen pasar anak- anak dan remaja yang belum dimasukkan oleh perusahaan tsb
2. Pemasaran didaerah sekitar yang belum di garap

Tahaapan ini pembaca di ajak unutk berkhayal apa kemungkinan kesempatan dapat dijadikan peluang dalam meningkatkan usaha tersebut.

1. Membuka peluang melalui ancaman yang dimilki oleh perusahaan

Ancaman yang dimilki oleh perusahaan sebagai berikut

1. Adamya modifikasi varian roti dari perusahaan sejenis
2. Belum adanya pewaris resep untuk keberlanjutan usaha tersebut kedepan, jika sewaktu waktu Bapak Andi sakit atau meninggal.
3. Masyarakat sekitar tidak bisa membeli karena dianggap mahal.
4. Belum ada cabang usaha di tempat lain

Mengenai ancaman yang dimiliki perusahaan Pratama Bakery, sebenarnya banyak yang akan muncul. Coba para pembaca untuk menambahkan apa kira kira yang bisa menjadi ancaman sekaligus nantinya bisa menjadi peluang bagi kemajuan perusahaan.

Pembahasan ini akan diurai dalam sebuah konsep penggambungan semua peluang yang diperoleh dari menganalisis menggunakan SWOT yang lebih komprehensif.

Di atas pembaca telah diminta untuk berimajinasi kira-kira apa saja yang ada pada perusahaan “Pratama Bakery” dengan konsep SWOT. Kemungkinan yang dicatat atau dilist bisa saja bertambah dari apa yang di paparkan diatas.

Pelanggan yang banyak sampai berjumlah 1000 adalah sebuah pencapaian yang baik. Jika pelangan tersebut dirawat tidak menutup kemungkinan dapat menjadi lebih banyak lagi. Pencapaian tersebut tidak mungkin dapat dilakukan dengan karyawan yang berjumlah sedikit dan hanya membuka 1 tempat usaha saja. Kecenderungan pelanggan yang berminat pada Roti perusahaan Pratama Bakery adalah dari luar daerah. Kemungkinan cost yang dikeluarkan pelanggan akan lebih tinggi untuk mendapatkan produk tersebut. Ini bisa saja menjadi ancaman perusahaan dalam menjaga loyalitas pelanggan.

Ada sebuah kemungkinan pihak pelanggan akan mencari pengganti roti sejenis jika di daerahnya tidak ada. Roti yang sejenis ditempat daerah pelanggan akan menjadi ancaman untuk memalingkan pelanggan ke tempat yang lain, karena roti yang diperolehnya adalah roti dengan kualitas yang hamper sama dan gampang untuk mendapatkannya. Untuk mengatasi agar pelanggan di daerah lain tetap merasakan roti dari perusahaan “Pratama Bakery” maka perlulah membuat cabang usaha di daerah tersebut tentunya dengan perhitungan yang matang.

Pembuatan cabang usaha tidaklah gampang maka perlu analisis yang matang sesuai kaidah normal dalam perhitungannya. Untuk pembahasan mengenai studi kelyakan pada bab ini tidak akan dibahas. Pembahasan tentang perhitungan studi kelayakan pada bab selanjutnya.

Resep yang terjaga kerahasiaannya bisa saja menjadi kekuatan diri perusahaan, tetapi bisa juga menjadi ancaman atau kelemahan perusahaan. Komposisi resep yang dimiliki hanya pemilik perusahaan saja yaitu Pak Andi. Kemungkinan resep untuk diturunkan atau melakukan percobaan dengan resep yang lain masih belum dilkakun oleh perusahaan.

Perusahaan masih tetap merasa bahwa resep yang lama tetap eksis pada saat ini, meskipun roti yang dihasilkan hanya selera untuk orang dewasa saja. Kekuatan ini bisa saja menjadi kelemahan atau ancaman untuk perusahaan. Jika menjadi kelemahannya disebabkan tidak ada antisipasi kemungkinan untuk menurunkan resep pada keluarga atau yang dipercaya dalam mengembangkan usaha. Jika sesuatu hal yang tidak di inginkan terjadi pada pak Andi maka usaha trsebut akan berhenti.

Kemungkinan yang kedua jika roti yang diproduksi ternyata ada yang berhasil menyamai dalam segi rasa, maka tidak mustahil pelanggan akan berpindah menjadi pelanggan. Untuk mengantisipasi agar pelanggan tidak pindah maka tentu memberikan pelayan yang baik, misalkan dengan memberikan promo atau gift kepada pelanggan yang loyal. Untuk menarik pelanggan adalah dengan “mencuri hatinya” jika pemasaran yang digunakan adalah mengambil hatinya maka pelanggan tersebut susah move on atau berpindah, meskipun harga yang ditawarkan lebih tinggi sedikit dari yang lainnya.

Seorang salesman dan marketing berbeda dalam konsep cara menjual. Jika sebagai penjual (salesman) mereka hanya focus pada berapa banyak jumlah produk yang terjual, akan tetapi seorang marketing akan berpikir bagaimana cara mencuri hati pelanggan agar tidak berpindah ke lain hati. Selain konsep mencari hati seorang marketing akan berorientsi pada pemerataan produk pada suatu daerah.

Pada pembahasan mengenai kekuatan yang dimiiliki perusahaan Pratama bakery adalah karyawan yang berasal dari asli daerah ini sangat penting. Adanya keberpihakan perusahaan pada daerah tempat usaha akan memberikan dampak positif. Hal ini membawa masyarakat sekitar merasa memiliki usaha tersebut. Jika terjadi sebuah kejadian apapun di perusahaan, maka masyarakat sekitar akan ikut menerima dampak dari kejadian tersebut .

Masyarakat sekitar perusahaan secara tidak langsung akan menjadi pemasar untuk perusahaan, Minimal ketika seseorang bertanya dimana tempat usaha perusahaan maka masyarakat akan memberikan petunjuk arah dan keberadaan perusahaan.

Keberadaan perusahaan secara tidak langsung akan memberikan dampak positif amaupun negative. Jika keberadaan perusahaan memberikan manfaat kemajuan daerah sekitarnya tidak menutup kemungkinan eksisitas perusahaan terangkat. Salah satu cara yang digunakan perusahaan adalah dengan adanya program CSR sebagai sikap kepedulian sosial perusahaan kepada masyarakat selaian merengkrut karyawan asli daerah setempat.

Penejelasan kelemahan perusahaan menjadi cara melihat peluang untuk perusahaan. Keberadaan karyawan yang sedikit bisa saja menjadi kekuatan dalam mendongkrak perusahaan. Adanya karyawan yang sedikit bisa menjamin team work perusahaan menjadi lebih solid. Team work yang solid akan membawa kemajuan perusahaan

Kelemahan produk dalam hal pilihan varian yang belum ada bisa saja ini awalnya menjadi kelemahan, tetapi kenyataannya bisa berubah dan menjadi kekuatan dari produksi Pratama Bakery. Adanya keunikan yang berbeda dengan yang lain akan memberikan sensasi penasaran bagi mereka yang belum mencicipinya. Adanya rasa penasaran inilah yang menjadi pembuka peluang dalam meningkatkan usaha.

Keunikan sebuah produk sering kali menjadi acuan pelanggan untuk mencobanya. Jika produk tersebut disukai maka pemasaran model “*Smoothing*” yaitu pemasaran yang dilakukan dari mulut-ke mulut. Pemasaran model seperti ini akan lebih dashyat meledakan produk untuk lebih dikenal. Oleh sebab itu untuk mencari peluang dapat diperoleh dari apa yang menjadi kelemahan produk tersebut.

Pembahasan selanjutnya penulis mengajak pembaca untuk mengkhayal apa yang akan dilakukan pada tahapan membuka peluang dengan melihat kesempatan dan ancaman sebagai suatu cara untuk menjadikan kunci pembuka peluang.

Menurut Robert F.Kennedy mengatakan” *Some people see things that never were and ask why not? “* [[24]](#footnote-24)jika diterjemahkan menjelaskan bahwa banya orang melihat sebuah benda sesuai keadaan dari benda tersebut secara nyata, mengapa tidak?. Maksudnya jika seseorang melakukan khayalan atau imajinasi maka melihat suatau benda seoalah olah benda tersebut tidak ada atau sebaliknya benda itu tidak ada tetapi seolah olah keberadaannya ada. Itulah yang disebut menghayal/ berimajinasi.

Pembaca boleh mengkhayal yang bisa menumbuhkan gagasan penting untuk kemajuan diri maupun perusahaan. Mengkhayal dengan memperhatikan apa yang ada disekiar kita dengan menggunakan model SWOT tentunya akan menjadi lebih mudah.

Keberhasilan dalam meliahat peluang bukan hanya banyak peluang yang dapat dicatat tetapi seberapa banyak relevansi peluang tersebut dapat terealisasi. Tanpa adanya realisasi dalam melihat peluang yang melahirkan sebuah ide, akan menjadi sia-sia.

Peluang yang biasa dibaca dan menimbulkan sebuah ide tentunya tidak akan diperoleh dari orang yang tidak kreatif. Penghayal yang mewujudkan gagasan dalam bentuk nyata akan memberikan nilai lebih baik di bandingkan hanya mencari peluang dan menumbuhkan ide tanpa realisasi aktif dalam kehidupan nyata.

Perumpamaan ide yang timbul dari sebuah peluang akan mempunyai nilai nol tanpa direalisasikan. Mengapa demikian? Karena seseorang yang belum mewujudkan ide dalam tindakan nyata masih belum mempunyai nilai apakah ide yang diwujudkan tersebut berhasil atau tidak.

Dalam meewujudkan angan atau khayalan dalam sebuah ide tentu harus penuh perhitungan. Jangan sampai terjadi bahwa ide yang diwujudkan hanya karena ambisi semata.

Dalam melakuakan usaha tentu memerlukan sebuah ambisi untuk memotivasi dalam kemajuan. Ambisi tanpa perhitungan sama seperti orang yang main judi atau bersifat spekulasi tanpa perhitungan.

1. Cara berkhayal dan intuisi untuk usaha

Dalam pembahasan ini penulis akan membawa pembaca untuk belajar menegenai rasa bawa sadar. Rasa bawah sadar diperoleh dari ide yang ditimbulkan secra tiba tiba yang kemudian dapat dituangkan dalam sebuah catatan untuk di pikirkan kembali menjadi sebuah gagasan

Sebuah ide yang timbul dari rasa bawah sadar tetapi tidak dapat dituangkan dalam sebuah catatan atau dengan kata lain susah untuk mengingatkanya maka ini menunjukan seberapa besar rasa bawah sadar kita dapat menuangkan ide. Oleh sebab itu rasa bwa sadar sebaiknya perlu digali agar ide selalu timbul.

Menurut freud mengibaratkan pikiran manusia seperti gunung es , hanya seperdelapan yang ada di permukaan air sedangkan sisanya berda dibawah permukaan air[[25]](#footnote-25) Perumpamaan ini menunjukkan bahwa masih bnayak pikiran yang harus digali karena proses mental yang disadari hanya sebagian kecil yang terungkap sedangkan yang lain perlulah kita sendiri untuk memunculkanya ke permukaan.

Pernahkah pembaca ketika beraktivitas kemudian timbul sebuah ide. Insya Allah sebagian besar pernah mersakannya. Pikiran ide itu muncul sekelebat saja, tetapi jika dapat di ingat maka rasa bawah sadar telah bekerja, akan tetapi jika tidak dapat menginagtnya maka rasa bawa sadar tidak bekerja. Untuk memunculkan rasa bawa sadar maka perlu dilatih untuk mengingatnya.

Setiap manusia mempunyai instuisi. Seorang *entrepreneur* cenderung mempunyai instuisi pada usahanya. Intuisi sangatlah berguna bila di rangsang lebih produktif. Seperti contoh seorang entrepreneur selalu mencari celah secara tiba-tiba untuk mengubah usahanya agar tetap berjalan.

1. Membangun Usaha menjadi berhasil dalam waktu singkat

Pada pembahasan ini penulis mengajak pembaca untuk mengkhayal sebuah ide usaha yang diperoleh dari analisis SWOT pada diri pembaca atau dari perusahaan yang dimilki bahkan tidak menutup kemungkinan dari lingkungan eksternal di sekitar pembaca. Pembaca tidak dibenarkan untuk merasa tertetkan dalam melaksanakan tahapan tahapan yang diajukan pada sub bagian ini

Sebelum melakukan tahapan tahapan dalam mewujudkan ide maka ada bebrapa rangkaian atau persiapan yang harus dilalui terlebih dahulu. Rangkaian tersebut sebagai berikut:

1. Berpikirlah dan tentukan kapan untuk memulai gebrakan hidup baru
2. Siapakan buku tulis dan alat tulis
3. Mulailah dengan doa yang khusuk sehingga hati menjadi lebih plong
4. Segala usaha yang dijalankan semata-mata untuk mendapat ridho dari Allah SWT
5. Tetapah menjadi pribadi yang baik dalam keadaan senang ataupun susah

Adapun tahapan yang harus dijalankan adalah sebagai berikut :

1. Mengkhayal bahwa hari ini adalah awal untuk hidup baru

Ketika bangun pagi langsung berdoa dan berteriam kasih kepada Allah SWT karena berkatnya hari ini masih diberi kesehatan dan umur yang panjang.

Misalkan doa yang dipanjatkan eperti berikut ini “ Alhamdulilah Yaa Allah, Engkau telah membangunkan diri ini dari tidur semoga Allah senantiasa menjagaku dari sesuatu yang salah ataupun keadaan yang berbahaya. Lepaskanlah dosa yang telah saya perbuat dan jagakanlah saya dari berbuat dosa. Pada hari ini saya memohon kepadamu Yaa Allah berilah mata hati untuk melihat hal yang baik demi kehidupan kami (jika bekeluarga) untuk dunia akhirat, dan berilah kami kemudahan dalam segala urusan. Semoga apa yang kami lakukan merupakan ridho dari Mu untuk meningkatkan ketakwaan kami kepada Mu Yaa Allah Yaa Raab”

Silakan pembaca menambahkan doa sesuai dengan keinginan pembaca. Berdoalah dengan khusuk sampai ke sanubari. Setelah berdoa biasanya hati menjadi plong atau ringan Dengan berdoa diharapkan akan memberikan aura positif dan menambah spirit diri.

Doa adalahmerupaka rasa atau tanda syukur kita terhadap kemampuan yang dipelajari karena masih diberi kemampuan untuk mendapatkan nikmat dan anugarah sebuah ilmu yang bermanfaat untuk diri maupun orang lain. Jnaganlah menjadi seorang yang superior dan merasa paling berhasil dari yang lain. Tindakan ini membuat Allah SWT murka. Diatas Kita pasti ada langit. Maksudnya janganlah sombong terhadap pencapaian yang diterima. Terimalah kelebihan yang diberikan Allah SWT sebagai anugarah yang harus dijaga dan bermanfaat unuk diri dan semua orang.

Berdoa memohon kepada Allah SWT mengingatkan bahwa segala upaya yang telah dilakukan oleh manusia hanyalah sebuah ikhtiar. Semua keputusan atau pencapaian merupakan kewenanagan Allah SWT. Manusia hanya berusaha semaksimal mungkin, keputusan tetap dari Allah SWT.

Pada tahapan ini pembaca diajak untuk mencoba menghayal bahwa hari ini adalah hari awal untuk maju dan menganggap bahwa hari ini sebagai awal tahun membuka lembaran baru dan harapan baru. Langkah selanjutnaya tarik nafas kemudian tersenyum dan ucapakan selamat hidup baru atau selamat tahun baru/ selamat hari raya atau juga meskipun bukan pagi hari tetap ucapkan semangat pagi

Kata semangat pagi sering kali penulis lihat dari semboyan yang sering diucapkan pada pemasaran Produk Tupper Ware. Mungkin saja maksudnya berharap semangat pagi akang memberikan spirit tetap segar selalu dalam melangkah mencapai kesuksesan diri dan lingkungan sekitar.

Perumpamaan ini ibarat seperti sepasang pengantin yang mempunyai rencana yang baik untuk masa depan perkawinannya. tIdaklah mungkin sebuah perkawinan yang baik dipenuhi dengan segala ganjalan yang akan merusak keinginan suci sebuah perskawinan.

Pembaca boleh membuka ucapan yang membangun dalam melihat atau berfikir awal apa yang akan diucapkan dalam rangka menumbuhkan spirit kemajuan usaha yang akan atau sedang di bangun. Adanya spirit tersebut akan membawa dampak positif atau aura yang baik pada sebuah usaha baru.

Dalam membuat sebuah usaha harus ada rasa optimis dan prasangka yang baik bahwa usaha yang akan dirintisnya benar benar dapat terlaksana dengan baik. Sebenarnya melakukan tarik nafas, senyuman dan selamat tahun baru serta berdoa, hanyalah sebagai awal untuk menentukan apa yang akan dilakukan.

Pembaca boleh berimanjinasi tentang diri saudara sebagai seorang yang ingin diwujudkan dalam kenyataan. Misalkan pembaca menginginkan menjadi pengusaha roti yang terkenal maka pembaca bisa membayangkan usaha bakery yang berhasil itu seperti apa. Keberhasilan seseorang sebenarnya tidak dapat diukur hanya saja tetap ada kaidah ukuran yang dianggap berhasil dalam sebuah usaha.mewujudkan ide

Membayangkan sebuah usaha yang sukses akan membawa perasaan menjadi senang, tetapi tetap digarisbawahi perasaan senang tersebut akan menjadi terwujud jika ide yang timbul dilaksanakan. Diharapkan dengan mengucapkan selamat tahun baru atau kata-kata spirit dalam memulai usaha akan memberikan semangat untuk melaksankannya.

1. **Memilih usaha yang akan dilakukan**

Untuk menentukan usaha apa yang akan dipilih oleh sesorang maka perlu kiranya membuat list usaha yang mungkin dapat dilakuka. Dalam penentuan tersebut maka pembaca dapat memunculkan ide dari beberapa peluang yang dipaparkan sebelumnaya pada bab ini. Ide yang diperoleh dari peluang dapat dilihat dari faktor intern maupun ekstern i diri pembaca.Sekarang silakan pembaca mengambil kertas Silakan pembaca berkhayal dan menuliskan pada sebuah kertas sebanyak mungkin.

Ada beberapa peluang yang didapat dari secara pribadi atau yang berada di luar sekitar kita. Di bawah ini penulis sajikan beberapa peluang yang dapat di jadikan ide secara simple

1. Sumber ide yang berasal dari diri sendiri
* Hobby yang dimiliki
* Kekurangan pada diri sendiri
* Cita cita
1. Sumber ide dari luar diri sendiri
* Kekurangan yang ada di sekitar kita
* Kekurang diri teman
* Kelebihan temanflet pam
* Iformasi dari Surat kabar, televise atau pamflet
* Media sosial
* Dll (silakan di isi oleh pembaca, dalam hal ini tidak ada yang salah sumber peluang yang dijadikan ide)

Sumber peluang yang dijadikan ide tidak dicantumkan secara keseluruhan, seperti penjelasan diatas silakan pembaca untuk mengisinya, karena pada dasarnya tergantung imajinasi dalam melihat sesuatu menjadi hal yang memberikan nilai tambah.

Imajinasi pembaca secara tidak langsung merupakan kreativitas pembaca untuk mulai berfikir kreativ dan memberikan inovasi dari segala hal.

Dalam melihat peluang dan dijadika ide berbisnis, tidak menutup kemungkinan pembaca melakukan tindakan “melihat – meniru- memberikan modifikasi – membuat produk yang berbeada“ . Tindakan mecari peluang kemudia menjadikan ide atau sebaliknya membuat ide yang kemudian menjadikan peluang meruapakan hal yang boleh pembaca pilih. Mengapa pembaca boleh mencari ide kemudian dijadikan peluang .atau sebaliknya. Konsep ini menurut penulis sah-sah saja karena tujuan akhir dari seorang entrepreneur adalah mendapatkan sesuatu untuk kemajuan diri atau usahanya.

Kemajuan yang diharapkan tidak akan diperoleh tanpa ada kreativitas diri. Kreativitas diri ini akan memberikan modifikasi atau inovasi pada kemajuan diri atau usaha yang dimiliki. kemajuan sebuah usaha yang dimiliki seseorang tidak akan dapat terealisasi tanpa ada kemauan dan kreativitas.

Dibawah ini penulis sajikan tahapan-tahapan dalam membuat kreativitas seorang *entrepreneur*.

Gambar 2.1

MELIHAT

MENIRU

 SENTUHAN INOVASI

MENGHASILKAN PRODUK YANG BERBEDA.

Penjelasan

**Melihat**

Pada tahapan ini pembaca dapat melakukan dengan melihat lingkunagan disekitar diri atau diluar diri pembaca. Pada Saat Tersebut pembaca dapat melihat sesuatu tidak secara nyata tetapi bayangkan sebuah benda mempunyai nilai lebih sehiingaa diperolehahlah sebuah ide yang kemudian dipikir ulang untuk menciptakan sebuah peluang. Tahapan ini sama seperti bayi ketika baru melihat dunia. Sekitarnya. Bayi kecil itu hanya melihat tanpa ekspresi, kemudian orang sekitarnya akan tersenyum dan berucap seolah olah bayi kecil tersebut mengert apa yang dibicarakan mereka

**Meniru**

Pada tahapan selanjutnya adalah meniru . tahapan ini juga seperti perkembangan tumbuh seorang bayi. Bertambah umur bayi tersebut mulai belajar . Mungkin orang akan berpikir ketika bayi tersenyum dipikir orang dewasa bayi tersebut suka karena mimic mukanya orang tersebut lucu. Hanya saja sebenarnya bayi itu sdang tahap belajar mimik muka seseorang yang ikut tersenyum kepadanya. Biasanya orang yang melihat bayi kecil sering kali tersenyum kepadanya, seiring waktu karena seringnya orang sekitarnya bertingkah/memberikan senyum kepada seorang bayi mulai belajar senyum. Hnaya saja aorang dewasa cenderung tidak mengetahui kalau bayi tersebut sedang belajar senyum. Konsep ini hamper sama dengan memunculkan ide dan membuat peluang dari apa yang dilihat yang kemudian di tiru. Konsep meniru dalam menumbuhkan ide merupakan hal yang wajar. Sperti penjelasan di awal bahwa bayi terlahir dengan melihat yang kemudian berkembang dengan meniru apa yang dilakukan oleh orang sekitarnya atau lingkuangan.

 Konsep meniru seringkali disebut konsep duplikasi. Duplikasi sebuah ide tidaklah berdosa asalkan bolum di patenkan. Konsep paten sesungguhnya sampai saat ini masih menjadi konroversial. Ada yang menyatakan ini duplikasi seperti pencuri tetapi ada juga yang menyatakan tidak. Semua kontroversial penulis serahkan kepada pembaca, karena pada buku ini tidak akan membahas.

Konsep duplikasi merupakan hal yang wajar bagi manusia, oleh sebab untuk pemula silakan mendapatkan ide dengan cara meniru. Cara meniru adalah hal yang paling mudah dilakukan oleh manusia.

**Sentuhan Inovasi**

Pada tahap selanjutnya adalah tahapan pemberian sentuhan inovasi pada produk yang telah ditiru. Pada saat sebuah produk banyak ditiru orang maka biasanya akan persaingan dipasar akan menjadi lebih ketat. Pada saat itulah maka produk seharusnya mempunyai nilai tambah. Nilai tambah dalam sebauh produk bukan hanya pada jumlah varian tetapi juga inovasi pada pelayanan juga. Pada konsep inovasi pada sebuah produk di dalam buku ini penulis mengajak pembaca untuk berhayal kira –kira apa saja yang perlu didimasukkan pada konsep dilakukan inovasi. Sebut saja Roti tawar, apa yang akan diberikan sentuhan pada produk roti tawar tersebut. Konsep tambahan inovasi bisa saja di sebut dengan diversifikasi produk.

Ada bebrapa modifikasi produk yang bisa dilakukan pada sebuah produk. Dibawah ini penulis sajikan contoh produk roti tawar sebagai berikut:

1. Menambah rasa tetapi ciri khas sebauah roti tawar tetap ada
2. Bahan dasar roti tawar bisa merupakan perpaduan dari tepung terigu dngan gandum atau di tambahkan dengan outmeal
3. Memberikan panduan gizi pada bungkus produk sehingga pembeli semakin percaya terhadap produk tersebut
4. Memberikan nomor yang bisa dihubungin jika ada saran dan komplian terhadap produk tersebut
5. Silakan menambahkan inovasi oleh pembaca ya !

**Menghasilkan Produk Yang Berbeda**

Pada tahapan ini sebuah produk sudah dapat dialahir dengan bentuk yang berbeda. Untuk mencapai pada proses membuat produk baru maka perlu sebuah percobaan dan eksperimen yang memerlukan trial and error. Pada contoh produk roti tawar pada tahapan membentuk sebuah produk baru maka bisa menjadi sebuah produk roti dengan rasa dan bentuk berbeda mungkin saja sebuah roti khusus yang diet carbo tetapi jenisnya bukan roti tawar.

Pada tahapan memilih usaha penulis mengajak pembaca untuk menulis usaha apa yang akan di buat. Pembaca diberi kebebasan untuk menulis sesuai keinginan pembaca

Tahapan dalam memilih usaha

1. Tulislah usaha yang akan pembaca bisa lakukan sebanyak mungkin, tetapi ingat bahwa yang ditulis adalah sesuatu ide yang bisa pembaca lakukan

Ide yang baik adalah sebuah ide yang bisa dilakukan. Seperti paparan diatas bahwa seorang entrepreneur melakukan usaha berasal dari hobby dan kesenanganya. Sebuah pekerjaan yang dilakukan dengan senang hati tanpa ada tekanan akan membawa pikiran lebih fresh sehingga kreativitas akan muncul dengan lebih mudah. Waktu perenungan bisa dilakukan dalam 1 hari atau lebih silakan lakukan tergantung tingkat kreativitas pembaca.

1. Setelah menulis ide sebanyak- banyaknya maka langkah selanjutnya adalah memilah ide (chek list 50% yang kemungkinan ide yang tadi ditulis )

Pada tahapan ini mempunyai maksud pembaca diajak untuk merenung serta mempertimbangkan setiap ide yang ditulis atau di list bisa terealisasi. Jangka waktu perenungan, penulis tidak membatasi pembaca tetapi di ingat semua perenungan merupakan langkah kreativitas pembaca untuk menjadi seorang entrepreneur.

1. Dari 50% yang di chek list silakan dipilih kembali 50% nya lagi sehingga semakin mengerucut ide yang akan dipilih.

Pada tahapan ini perenungan ide semakain lebih diproyeksi akan bisa terealisasi. Dalam memproyeksi pembaca dapat memilihnya dengan pertimbangan – pertimbangan. Adapun pertimbangannya bisa disesuaikan kreativitas pembaca.

1. Melakukan pemilihan kembali menjadi 3 ide yang harus dipilih untuk diproyeksikan teralisasi

Pada tahap ini adalah pemilihan ide yang paling spesifik. Hanya saja ide tersebut masih belum dapat dilakukan

1. **Menentukan ide yang akan diambil**

Pada pemilihan ide yang akan diambil pembaca diajak untuk lebih mendalam dalam pemilihan ide tersebut.

Dalam buku ini akan di ilustrasikan bagaimana memilih ide, tetapi konsep pemilihan ide adalah menjual produk

Langkah langkah yang dilakukan

1. Dari ketiga ide jual produk maka ide produk apa yang akan dipilih. Untuk memilih maka perlu pertimbangan mengenai - siapa yang akan memasarkan ?
* Siapa pelanggan yang akan dituju?
* Apakah Konsep pemasaran online atau offline ?
* Bagaimana sistem penjualannya cash atau kredit ?
* Berapa keuntungan yang akan diterima
* Bagaimana patokan harga?
* SIapakah pangsa pasar yang akan dituju?
1. Berilah Check list yang dianggap bisa dilakukan
2. Tentukan ide yang mempunyai checklist yang paling banyak. Pada tahap ini sudah dilakaukan perenungan yang lebih komprehensif oleh pembaca.

E. Cara Menangkap Peluang

Pembaca mungkin akan berpikir bahwa memulai sebuah usaha adalah sebuah keberanian untuk mengambil resiko yang penuh ketidakpastian dalam sebuah usaha yang akan di rintis. Keberanian seorang entrepreneur bukan sebuah keberanian yang penuh spekulasi tetapi tetap berpedoman pada rasional. Akan tetapi perhitungan yang matang belum tentu juga akan berhasil. Semua ikhtiar yang dilakuk manusia tetap percaya adanya Allah SWT.

Sebuah usaha akan mengalami untung dan rugi. Seperti penjelasan atau paparan diatas mengenai bagaiman peluang itu bisa diperoleh melalui analisis SWOT pada diri atau usaha yang dimiliki, maka pada sub bagian ini penulis akan membahas pada tingkatan bagaimana menangkap peluang usaha pada saat mengalami keuntungan atau kebangkrutan.

Menurut Alma ada poin memngenai strategi menghadapi usaha saat untung dan rugi

1. Pada saat usaha mengalami keuntungan
2. Pada saat usaha mengalami kerugian[[26]](#footnote-26)

Pada saat usaha untung maka strategi peluang yang seharusnya dilakukan adalah dengan melipatkan uang dengan menambah keuntungan lebih banyak. Jangan menambah keuntungan dengan tambahan beban misalkan menambah hutang dengan maksud untuk memperbesar usaha. Memperbesar usaha dengan pinjaman boleh boleh saja asalkan beban tidak boleh lebih besar daripada pendapatan. Jika itu terjadi maka akan mengakibatkan kerugian atau kebangkrutan dikemudian hari.

Pada saat usaha mengalami kerugian maka strategi peluang yang diambil adalah jangan sampai putus asa. Keputus asaan akan membawa hal yang negative. Tetap semangat dengan menghitung kembali kerugian dan menginvetaris penyebab kegagalan. Dengan mengetahui penyebab kegagalan maka akan dijadikan catatan untuk tidak mengulangi hal yang salah lagi.

Catatan kegagalan maupun keberuntungan usaha merupakan sebuah karier seorang entrepreneur. Tanpa kegagalan maka seoarang entrepreneur tidak akan mengalami kemajuan yang lebih besar lagi. Berbahgialah setiap apa yang diterima dalam dunia ini baik untung maupun rugi semuanya adalah titipan. Hanya saja manusia tetap beriktiar dan semau keputusan ada pada Allah SWT.

**F.. Ilustrasi Konsep Belajar Sepeda Angin**

Pada waktu kecil pernahkah pebaca berfikir bahwa belajar sepeda itu gampang. Konsep ini awalnya hamper mirip dari cara belajar bayi tentang mengerti mimic muka suka dan tidak suka. Anak kecil akan melihat orang naik sepeda sepertinya gampang sekali hanya mengayuh pedal dan langsung berjalan. Apa yang terjadi ketika anak tersebut mencoba ternyata dia jatuh, Anak kecil tersebut berfikir naik sepeda angin ternyata susah. Perlu untuk mengalami jatuh. Dengan jatuh maka anak kecil tersebut semakin hati-hati dan berpikir apa yang harus dilakukan agar jangan jatuh lagi.

Jika di ibaratkan seoarang bayi maka cara bekerja pertama kali adalah dengan meniru. Tentunya meniru ide seseorang tetap penuh perjuangan karena meniru ide orang tetap perlu kreativitas. Tanpa kreativtas maka seorang entrepreneur susah untuk menirunya.

Pengalam jatuh seseorang akan menjadi spirit untuk lebih maju. JIka kegagalan membuat seseorang putus asa maka orang tersebut belum bisa dikatakan seorang entrepreneur. Seoarang entrepreneur mempunyai karakter yang kuat mengahdapi masalah dan selalu bisa mencari solusi dengan kreativitas dan inovasi yang menjadi roh nya.

Untuk tingkat kreativitas dipengaruhi oleh intelegensii , umur, pendidikan, jenis kelamin, dan pola asuh, selain tersebut silakan pembaca biasa menambahkannya. Ternyata bebrapa variable yang disebutkan mempunyai hal yang positif dalam meningkatkan kreativitas.

1. **Penyebab Kegagalan Dalam Melihat Peluang**

Ada beberapa penyebab kegagalan dalam melihat peluang yaitu:

1. Adanya sikap menggebu-gebu ketika pada awal memulai usaha. Seperti buih yang lama kelaman buih itu tidak ada
2. Seringkali membuat usaha akan ikut-ikutan karena mengikuti tren
3. Tidak sepenuh hati dan kurang berindikasi
4. Perencanaan dan pencatatn keuangan yang buruk
5. Pengalaman manajemen yang minim
6. Memilih lokasi awal usaha yang kurang benar atau asal-asalan
7. Pendalian bisnis yang tidak konsisten
8. Manajemen piutang atau penagihan yang kuarang baik/ tidak tegas
9. Kuarng percaya diri bahwa usahanya akan maju.[[27]](#footnote-27)

Dari penyebab kegagalan dari menangkap peluang usaha bisa pembaca menambahkan

Beberapa hal yang harus dilakukan agar segala hal yang dilakukan oleh seorang entrepreneur dapat berjalan dengan lancar dan memperoleh kesuksesan

1. Selalu sadar bahwa segala kelemahan adalah untuk mencari kekuatan untuk dijadikan peluang

Adanya kesadaran akan kelemahan pada diri seorang *entrepreneur* merupakan anugrah yang harus diterima dengan rasa senang. Janganlah merasa bersedih, karena Allah SWT telah menciptakan didunia ini dengan berpasang pasangan. Ada Laki-laki dan ada perempuan, ada malam ada siang , ada yang miskin ada kaya, ada yang cantik ada juga yang tidak cantik. Semua itu merupakan hal agar dunia ini menjadi seimbang.

Berdasarkan penciptaan Allah dalam semesta ini maka seorang entrepreneur tidak boleh bahkan dilarang untuk merasa putus asa dengan menyadari sebuah kelemahan pada diri.

Pada Bab ini bagian sebelumnya terdapat cara untuk melihat peluang dengan meduplikasi dari analisis SWOT untuk mencari peluang

Kelemahan yang ada pada diri seorang entrepreneur mungkin saja menjadi kekuatan untuk menumbuhkan ide sehingga menjadi peluang untuk direalisasikan.

Penulis pernah membaca sebuah kisah kelemahan dari seorang yang mempunyai berat badan atau dianggap gemuk. Namanya dalam buku ini penulis samarkan anggap saja namanya Dini. Dia merasa tersiksa dengan keberadaan berat badannya karena kebutuhan sandang untuk dirinya merasa kesulitan. Tidak ada pabrik yang bisa membuat sandang yang berukuran pas untuk dirinya.

Keluarga DIni merasa sedih tetapi lama kelamaan dini berfikir mengapa tidak membuat sendiri sandang yang dibutuhkan. Akhiran Dini mencari penjahit yang bisa membantu mewujudkan mimpinya. Dini bertekad bahwa kelemahan yan dimiliki sebenarnya merupakan kekuatan untuk membuat dirinya menjadi lebih maju.

Penjualan pertama dilakukan kepada tetangga, atau lingkungan keluarga dekatnya. Kemuduan penyebarannya mulai mengarah keluar daerah. Akhirnya dengan adanya semangat untuk mengatasi masalah dirinya ternyata dini dapat membuat pabrik garmen untuk para pembeli yang mempunyai ukuran biq size atau gemuk seperti dirinya.

Dini termasuk orang yang enak bergaul, dia ramah dan sering berkunjung ke teman dan belajar apapun yang menurut dia memberikan manfaat. Dini beranggapan bahwa manusia merupakan makhluk sosial sehingga perlu untuk berinteraksi antar orang dan masyarakat sekitarnya. Semakin banyak teman yang memberikan nilai positif untuk kemajuan diri maka perlu di lakukan.

Dari cerita tersebut dapat dipahami bahwa seorang entrepreneur tidak boleh menyerah dengan keadaan, karena dibalik tersebut ada sebuah kekuatan seseorang menjadi maju. Hanya orang yang berputus asa yang menganggap tidak ada keadilan dan keberuntungan di dunia inii

Menjaga tali silaturrahmi sangatlah penting dilakukan oleh seorang entrepreneur. Dengan silaturrahmi maka akan menambah saudara dan mengalirnya pintu pintu rejeki.

Banyak faktor –faktor yang mempengaruhi keberhasilan seorang entrepreneur. Ada juga hal yang tidak dapat di kendalikan oleh seorang entrepreneur. Adapun faktor yang dileua kuasa sebagai manusia adalah perubaha cuaca, bencana alam yang belum diantisispasi seperti adanya gelombang Stunami, gunung meletus, kebakaran.

Untuk mengatasi kegagalan yang terjadi pada usaha maka perlulah sebuah antisipasi dengan mengasuransi diri terhadap keajadian di luarkemampuan manusia.

Adanya jaminan terhadap kejadian diluar kemampuan manusia membuat seseorang merasa lebih tenang dalam menjalankan usahanya. Tidak ada ketakutan dalam mengelola usaha. Adanya kecemasan mengelola usaha akan meberikan dampak keberhasilan yang tidak maksimal. Sebagai manusia adanya jaminan akan membuat lebih santai untuk menjaga usaha.

Jaminan sebuah usaha bukan hanya pada bangunan fisiknya saja. Tetapi manusia yang ikut mengelola usaha juga diberikan jaminan sehingga merasa lebih aman. Jika usaha yang dijalankan semata-mata untuk material saja tanpa memperhitungkan aspek manusia sebagai makhluk sosial maka tidak mungkin usaha yang dirintisnya menjadi lebih maju. Banyak sekali perusahaan yang hanya mementingkan keuntungan untuk dirinya, tanpa mempedulikan nasib karyawannya.

1. Cari Guru Atau Coach

Dalam mempelajari sesuuatu yang baru tentunya sah saja dengan otodidak. Hanya saja pencapaian untuk keberhasialan memerlukan waktu yang lama. Belajar otodidak tidaklah salah, hanya saja untuk mendapatkan ilmu lebih paham dan mengerti perlulah arahan dari orang lain yang lebih mengerti. Apakah seorang guru harus lebih pintar dari muridnya. Hal itu tidaklah benar, sebab guru adalah sebuah media untuk mengirim ilmu kepada muridnya . Seorang guru janganlah dianggap paling superior dan mengerti segalanya. Bisa saja seorang murid atau mahasiswa lebih pintar dari gurunya. Faktor yang menyebabkan adalah seberapa banyak prosentase penerimaan ilmu yang didapat. Mungkin saja seorang guru dianggap lebih pintar atau juga tidak.

Penulis sajikan contoh seorang petinju legendaris yaitu Mike Tyson. Dia seoarang petinju tetapi mempunyai seorang pelatih atau coach yang bagus. Apakah coach Mike Tyson lebih jago dari dirinya. Hal tersebut tidak berlaku karean jika di adu tanding jelas coach nya akan kalah kuat dengan Mike Tyson dan bisa saja sebaliknya mike Tyson akan mengalami kekalahan, karena mike Tyson masih belum tahu trik bertinju yang benar dan mematikan .

Oleh sebab itu seorang guru, pelatih ataupun mentor tidak harus lebih dari muridnya hanya saja, seorang guru atau pelatih mempunyai cara lebih cepat untuk mencapai apa yang diinginkan. Begitu pula dengan seorang entrepreneur. Maka perlu adanya coach untuk mengajarinya gar cepat berproses dan menghasilkan sebuah usaha yang terealisasi. Bukan hanya sebuah ide berupa gagasan saja tetapi diwujudkan dalam bentuk nyata.

Usaha dari seorang entrepreneur akan mendapatkan nilai jika usaha tersebut terealisasi. Mengenai usaha tersebut berhasil atau tidak bukan masalah. Hanya saja setiap usaha yang dijalankan oleh seorang entrepreneur tetap dengan perhitungan yang rasional. Menggunakan perhitungan dan pencatatan yang biasa dilakukan oleh sebuah usaha. Tanpa adanya perhitungan yang rasional maka bukanlah seorang entrepreneur sejati.

Berapa hal yang harus diperhatikan untu menjadi seorang *entrepreneur* yaitu

1. memahami

Pada proses ini seorang entrepreneur harus bisa memahami. Pemahaman yang dimaksud adalah entrepreneur harus paham usaha apa yang akan dibuat., sehingga dengan paham maka seorang *entrepreneur* akan yakin dengan tindakan yang dilakukan dalam merealisasi usaha . keyakinan dalam menjalankan usaha akan membawa dampak positif untuk memajukan usaha yanga akan dirintisnya.

1. Kerjakan

Setiap ide yang ada kemudian menjadi sebuah gagasan maka perlu diwujudkan. Tanpa adanya tindakan yang konkrit maka sebagus apapun ide yang dibuat akan mempunyai nilai nol. Semua buku yang dibaca ataupun media pendidikan yang membangun diri untuk lebih maju tidak akan menjadi bernilai lebih tanpa ada dorongan untuk diwujudkan. Tindakan yang hanya mempunyai sebuah gagasan saja tidaklah mempunyai arti yang bagus aatu The best. Hal ini yang dilihat oleh orang lain adalah wujud tindakan/usaha itu berhasil atau tidak.

Ide atau gagasan sangat bagus menurut pandangan orang hanya saja sekali lagi tanpa tindakan yang konkrit ide tersebut susah untuk dinilai apakah usaha tersebut bagus atau tidak. Oleh sebab itu menjadi seorang *entrepreneur* adalah orang yang berani untuk menkonkritkan ide dalam sebuah wujud nyata. Setelah terwujud jelas akan dapat dinilai. Jika sesuatu hal tindakan konkrit tersebut tidak berhasil maka *entrepreneur* dapat mengkoreksi kesalahan apa yang membuat hal tersebut menjadi tidak berhasil.

Perbaikan demi perebaikan sangatlah perlu untuk menjadikan usaha tersebut menjadi lebih maju dan sempurna. Kesalahan tidak menjadi seorang entrepreneur menjadi lemah, tetapi dengan kesalahan maka maka bisa dijadikan tolak ukur atau standar dalam penyempurnaan sebuah usaha yang dirintisnya

3. Mempraktekkan berulang ulang

Tindakan selanjutnya adalah mengulang ulang kembali semua kegitan sehingga menjadi terbiasa. Siapaun manusia ketika mempelajari sesuatu tidak langsung bisa maka harus dilakukan berulang ulang.

Pada konsep ini penulis mengibaratkan seoran balita yang masih belajar jalan atau berbicara, si bayi akan melakukan berulang ulang sampai si bayi itu mengerti cara berkomunikasi dan berjalan.

4. Menjadi biasa

Setelah melakukan hal atau kegiatan berulang ulang maka ibarat seorang bayi akan lebih mengerti dan menjadi biasa. Misalkan ketika belajar jalan dan jatuh, tetapi si balita bangkit lagi dan begitu seterusnya akhirnya karena biasa maka berjalan secara spontan bagi balita menjadi lebih mudah.

Konsep membiasakan juga bisa diibaratkan pada seorang penjahit yang selalu kesel dengan jarum yang sering patah lama, kelamaan penjahit tersebut dapat dengan mudah untuk mengatasinya. Misalkan jarum patah karean bahan kain yang tidak cocok dengan ukuran kain atau karena jarumnya bengkok. Kebiasaan tersebut akhirnya menjadi sebuah pengetahuan secara spontan bertindak ketika ada permasalahan pada sebuah usaha.

1. Hasil Dari usaha

Setelah semua dilakukan dengan sungguh sungguh pada setiap tahapan yang dimulai dari memahami 🡪 mengerjakan 🡪 dilakukan berulang ulang 🡪 menjadi kebiasaan🡪 hasil usaha. Maka usaha yang dilakukan akan menjadi sebuah anugrah dari ketekunan seorang *entrepreneur* dalam menjalankan usaha

**Bab 3**

**Perhitungan sebuah kelayakan bisnis**

* + - 1. **Pendahuluan**

Berbicara tentang nilai waktu maka akan berpikir tentang berapa nilai uang yang akan diterima pada masa mendatang. Apakah nilai yang diperoleh dimasa mendatang lebih bernilai dibandingkan di masa kini. Di ibaratkan bahwa nilai Rupiah saat ini mungkin saja dihargai lebih tinggi daripada rupiah dimasa yang akan datang, Tetapi kecenderungan orang selalu membayar sebuah barang apabila konsepnyamasih bias ditangguhkan mereka akan membayar pada akhir saja. Hal ini sering terjadi pada pembayaran dana pendidikan, atau pembayaran cicilan barang.

Sebagai contoh seseorang disuruh memilih uang saat ini sebesar 1 M atau 1 M dimasa yang akan datang. Kecenderungan orang tidak akan berfikir panjang, akan memilih dana masa saat ini dibandingkan Isatu tahun yang akan dating. Mengapa demikian yang sering terjadi pada masyarakat.

Adanya pemilihan mengambil dana !1 M untuk saat ini biasanya dilakukan orang yang kreatif dan berpikir untuk usaha. *Multiplier* atau konsep melipatgandakan sebuah investasi akan lebih dilakukan oleh seorang *entrepreneur* yang memilki kreativitas dan inovasi untuk sebuah usahanya.

Berbeda dengan seorang yang tidak mempunyai usaha mereka akan mendepositokan dana tersebut dengan pertimbangan resiko keamanan dana yang di investasikan.

Dalam konsep keuangan berdasarkan prinsip-prinsip akuntansi, kecenderungan data keuangan tetap seperti apa yang di tulis, karena ada prinsip *historical cost* yang mencatatnya sesuai urutan waktu yang terjadi. Konsep *historical cost* dalam pencatatan akuntansi adalah benar, karena setiap transaksi dicatat berdasar waktu terjadinya transaksi, hanya saja nilai akhir yang berda pada laporan keuangan akan mempunyai arti berbeda ketika terjadi fluktuasi, naik turunnya nilai uang. Konsep pencatatannya menggunakan satua unit moneter yang artinya standar nilai menggunakan 1 (satu) nilai mata uang untuk melihat keajekan dalam sebuah laporan keuangan.

Berbeda sekali jika pencatatan keuangan menggunakan lebih dari satu unit moneter ada kebingungan dalam membaca sehingga tidak mungkin nilai dana dalam sebuah laporan keuangan menyebutkan 2 unit satuan moneter. Contoh Kas yang dimiliki sebesar Rp 2..000.000.000,- dan $ 1.000.000,-. Setiap orang yang membaca masih berusaha berpikir dua kali karean mereka akan melakukan perhitungan dengan memasukkan nilai kurs $ pada saat tersebut. Kejelasan berapa nilai kas yang dimiliki sesorang tersebut atau penerima informasi keuangan masih harus berpikir keras untuk menghitungnya.

Perlakuan dalam pencatatan akuntansi atau keuangan dengan menggunakan lebih dari satu unit moneter akan membawa pada pengambialan keputusan menjadi kurang efektif. Hal ini jelas karena pihak penerima informasi masih menghitung ulang, sehingga pengambilan keputusan dalam sebuah investasi menjadi kurang pasti.

Pengambilan keputusan investasi menjadi lambat dengan menggunakan lebih satu unit moneter pada laporan keuangan. Pengambilan investasi juga berpikir nilai masa kini dan masa yang akan datang, sehingga perlu dilakukan perhitungan investasi yang matang.

Dalam buku ini akan membahas mengenai konsep keuangan di masa kini dan masa yang akan datang sebagai alat pertimbangan dalam pengambilan keputusan pengambilan investasi atau perencanaan keuangan dimasa kini atau masa mendatang. Misalkan sebuah perencanaan penerimaan dan pengeluaran keuangan dalam sebuah Negara tentunya akan mempertimbangan nilai inflasi dari satuan unit moneter. Pertimbangan tersebut digunakan agar perencanaan yang dibuat tetap sesuai pada saat realisasi rencana. Perencanaaan keuangan negara ada pada RAPBN, pada laporan perencanaan tersebut akan selalu tertulis perencanaan keuangan yang dibuat berdasarkan asumsi bahwa nilai 1 dollar Amerika sebesar Rp. 15.000 ,- dan tingkat inflasi 3%.

Konsep asumsi daalam pembuatan rencana keuangan sangatlah penting. Hal ini digunakan untuk mengantisipasi keadaan yang berubah. JIka terjadi inflasi lebih dari yang diasumsikan maka perlu sebuah koreksi RAPBN kembali agar perencanaan yang dibuat menjadi lebih efektif. Biasanya didalam RAPBN telah mencantumkan cadangan dana jika sewaktu-waktu terjadi perubahan dalam moneter .

Di buku ini akan dibahas bagaimana konsep nilai waktu uang sehingga pembaca dapat belajar bagaimana memutuskan sebuah keputusan investasi atau rencana keuangan lainnya.

**B Nilai Waktu Uang**

Pada konsep Nilai Waktu uang sering kali disebut *time value of money*- , maksudnya adalah membandingka nilai uang masa sekarang dengan nilai uang dimasa yang akan datang. Sebagai contoh apakah sama nilai uang Rp 1.000.000,- saat ini dengan nilai uang satu tahun yang akan datang sebesar Rp 1.100.000 dengan tingkat infalasi sebesar 10%

Tentunya untuk memutuskan apakah uang tersebut akan diambil saat ini atau saat nanti perlu sebuah konsep nilai waktu uang. Perhitungan sederhananya secara tidak langsung maka uang dimasa yang akan datang akan berjumlah sebesar Rp 1.100.000,- dengan perhituangan sebagai berikut

Rp 1.000.000,- + ( 10% x Rp 1.000.000,- ) = Rp 1.100.000

Setelah mengetahui konsep tersebut maka dalam pengambilan keputusan dapat lebih mudah dilakukan. Adapun konsep nilai waktu uang sebagai berikut

1. ***Future Value***

*future value*- adalah sebuah konsep nilai akumulasi yang akan diterima pada masa mendatang sebagai akibat investasi yang dilakukan pada saat ini. Adapun *future value*  dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

**FV = M (1+i)n**

Dimana :

 FV = Future Value

 M = Sejumlah uang/penerimaan

 i = Tingkat bunga

 n = Lama pembungaan[[28]](#footnote-28)

Contoh kasus 1

Ibu Yani mempunyai keinginan untuk menginvestasi dalam bentuk tabungan deposito pada sebuah bank konvensioanal selama 1 tahun dengan tingkat suku bunga sebesar 10 % pertahun. Ibu Yani berkeinginan dana yang di investasikan akan diambil pada 1 tahun yang akan datang , pertanyaanya berapakah nilai uang yang akan diterima ibu Yani pada satu tahun yang akan datang, jika yang di investasikan sebesar Rp 1.000.000,- konsep ini menggunakan bunga majemuk?

Cara perhitungannya

Rumus yang dipakai menggunakan nilai mendatang sebagai berikut :

 Jawab

 Diketahui -🡪 M = 1.000.000

 i = 10%

 n = 1 th

Ditanyakan 🡪 FV

Jawab

FV = M (1+i)n

= 1.000.000 (1+0,10)1

= 1.000.000 (1,1)

= Rp 1.100.000

Maka dana yang akan diterima oleh ibu yani satu tahun dimasa mendatang sebesar Rp 1.100.000,-

Contoh kasus 2

Ibu Yara mempunyai rencana untuk mendepositokan dananya sebesar Rp 1.000.000 jangka waktu 1 tahun akan tetapi setiap 6 bulan sekali bunga deposito akan diambil tingkat suku bunga sebesar 10% pertahun. Pertanyaannya berapakah nilai uang yang akan diterima ibu Yara pada 6 bulan pertama datang konsep ini menggunakan bunga majemuk?

Rumus yang digunakan adalah “ nilai mendatang” sebagai berikut :

 Diketahui -🡪 M = 1.000.000

 i = 10% -🡪 dibagi 2 menjadi 5% ( untuk 6 bulan)

 n = 1 th

Ditanyakan 🡪 FV

Jawab

FV = M (1+i)n

= 1.000.000 (1+0,05)1

= 1.000.000 (1,05)

= Rp 1.050.000

Maka dana yang akan diterima oleh ibu yani satu tahun dimasa mendatang sebesar Rp 1.050.000,-

Contoh kasus 3

Ibu Yaya mempunyai rencana untuk mendepositokan dananya sebesar Rp 1.000.000 jangka waktu 1 tahun akan tetapi setiap 3 bulan sekali bunga deposito akan diambil tingkat suku bunga sebesar 10% pertahun. Pertanyaannya berapakah nilai uang yang akan diterima ibu Yaya pada 3 bulan pertama datang konsep ini menggunakan bunga majemuk?

Rumus yang digunakan adalah “ nilai mendatang” sebagai berikut :

 Diketahui -🡪 M = 1.000.000

 i = 10% -🡪 dibagi 2 menjadi 5% ( untuk 6 bulan)

 dibagi 4 menjadi 2,5% (untuk 3 bulan)

 n = 1 th

Ditanyakan 🡪 FV

Jawab

FV = M (1+i)n

= 1.000.000 (1+0,025)1

= 1.000.000 (1,025)

= Rp 1.025.000

jadi dana yang diterima oleh ibu Yaya satu tahun mendatang sebesar Rp 1.025.000,-

1. ***Present Value* (Nilai Sekarang)**

Present Value adalah nilai pada saat sekarang yang diskonto untuk masa mendatang. Maksudnya bahwa nilai saat ini dihitung untuk menentukan nilai masa yang akan datang

 Present Value dapat menggunakan rumus sebagai berikut [[29]](#footnote-29):

$$PV=M\left[\frac{1}{\left(1+i\right)^{n}}\right]$$

Contoh kasus 4

Ibu Yana telah menerima gaji untuk 1 tahun yang akan datang sebesar Rp 1.100.000. Ditanyakan berapa nilai sebenarnya uang yang diterima Ibu Yana saat ini (*present value*) jika tingkat diskonto sebesar 10%

*Present Value* (nilai sekarang) dari kasus tersebut sebagai berikut :

Diketahui : M 🡪 Rp 1.100.000,-

 i 🡪 10%

 n 🡪 1

Ditanyakan PV ?

Jawab

$$PV=1.100.000\left[\frac{1}{\left(1+0,10\right)^{1}}\right]$$

$$PV=1.000.000$$

Maka uang dimasa kini sebesar Rp 1.000.000,-

Contoh kasus 5

Masih berdasarkan data pada contoh kasus 3 maka berapa uang dimasa kini jika jangka waktunya 3 bulan sedangkan suku bunga tetap 10% pertahun. Rumus yang digunakan tetap menggunakan *presnt value*

Di ketahui M 🡪 Rp 1.100.000,-

 i 🡪 10% 🡪 5% ( 6 bulan) 🡪 2,5% (3 bulan)

 n 🡪 1

 Ditanyakan PV

Jawab

$$PV=1.100.000\left[\frac{1}{\left(1+0,025\right)^{1}}\right]$$

$$PV=1.073.170$$

Maka perhitungan dimasa sekarang sebesar Rp $1.073.170$

Contoh kasus 6

Masih berdasarkan data pada contoh kasus 3 maka berapa uang dimasa kini jika jangka waktunya 6 bulan sedangkan suku bunga tetap 10% pertahun. Rumus yang digunakan tetap menggunakan *presnt value*

Di ketahui M 🡪 Rp 1.100.000,-

 i 🡪 10% 🡪 5% ( 6 bulan)

 n 🡪 1

 Ditanyakan PV

Jawab

$$PV=1.100.000\left[\frac{1}{\left(1+0,05\right)^{1}}\right]$$

$$PV=1.000.000$$

Maka perhitungan dimasa sekarang sebesar Rp 1.000.000,-

Konsep uang masa kini dan masa yang akan datang sangatlah sering dipakai untuk membuat perencanaan investasi ke depan

1. ***Future Value Of An Annuity***

Future value of an annuity atau sering dinamakan nilai mendatang dari sebuah anuitas selama n waktu atau periode. *Annuity*- adalah adalah sebuah konsep penerimaan yang tetap dalam jangka waktu tertentu.[[30]](#footnote-30)

Ada beberapa macam bentuk *annuity* yaitu

1. Annuity biasa (*ordinary annuity)[[31]](#footnote-31)*

Konsep penerimaannya yang dilakukan pada akhir periode

Annuitas biasa**,** dimana penerimaan pertama diasumsikan akan diterima pada akhir tahun pertama, dengan demikian nilai sekarang dari anuitas adalah :

$$FVA=M\left[\frac{\left(\left〈1+i\right〉^{n}-1\right)}{i}\right]$$

Contoh kasus 7

Ibu Yati akan menerima uang sebesar Rp. 1.000.000,- pada setiap akhir tahun secara anuitas selama 2 tahun. Sedangkan pembayaran selalu dilakukan setiap akhir tahun dan kemudian disimpan kembali ke rekening tabungan dengan bunga 10%. Berapakah jumlah dana yang dimiliki ibu Yati pada akhir tahun ke-2 ?

Diketahui: M 🡪 1.000.000

 I 🡪 10%

 n 🡪 2

Di tanyakan : FV A

Jawab

$$FVA=1.000.000\left[\frac{\left(\left〈1+0,10\right〉^{2}-1\right)}{0,10}\right]$$

$$FVA=2.100.000$$

Jadi Future Value Of An Annuity ibu yati sebesar Rp 2.100.000

Contoh kasus 8

Soal masih tetap sesuai dngan kasus nomor 5 hanya saja periode yang digunakan adalah 3 tahun dengan tingkat suku Bunga 10 %. Hitunglah berapa nilai *future value of an annuity* dari ibu Yati tersebut?

Diketahui: M 🡪 1.000.000

 I 🡪 10%

 n 🡪 3

Di tanyakan : FV A

Jawab

$$FVA=1.000.000\left[\frac{\left(\left〈1+0,10\right〉^{3}-1\right)}{0,10}\right]$$

$$FVA=3.090.091$$

Jadi *Future Value Of An Annuity* ibu yati sebesar Rp $3.090.091$

Contoh kasus 9

Soal masih tetap sesuai dengan kasus nomor 5 hanya saja periode yang digunakan adalah 5 tahun dengan tingkat suku Bunga 10 %. Hitunglah berapa nilai *future value of an annuity* dari ibu Yati tersebut?

Diketahui: M 🡪 1.000.000

 I 🡪 10%

 n 🡪 5

Di tanyakan : FV A

Jawab

$$FVA=1.000.000\left[\frac{\left(\left〈1+0,10\right〉^{5}-1\right)}{0,10}\right]$$

$$FVA=6.105.100$$

Jadi *Future Value Of An Annuity* ibu yati sebesar Rp $6.105.100$

1. Annuity tempo (*annuity due)[[32]](#footnote-32)*

Annuity tempo adalah sebuah konsep penerimaannya yang dilakukan setiap awal periode

Rumus dari Anuitas Jatuh Temposebagai berikut :

$$FVA=M\left[\frac{\left(\left〈1+i\right〉^{n}-1\right)}{i}x\left(1+i\right)\right]$$

Contoh kasus 10

Masih kasus nomor 5 hanya saja, pembayaran dilakukan 2 kali sebesar Rp 1.000.000,00 dilakukan pada awal setiap tahun, maka berapakah jumlah uang yang akan diterima:

Diketahui: M 🡪 1.000.000

 I 🡪 10%

 n 🡪 2

Di tanyakan : *annuity due*

Jawab

$$FVA=1.000.000\left[\frac{\left(\left〈1+0,10\right〉^{2}-1\right)}{0,10}x\left(1+0,10\right)\right]$$

**FVA = Rp 2.310.000**

Jadi jumlah uang yang diterima oleh yati dalam konsep annuity due pada kasus nomor 7 sebesar Rp 2.310.000,-

Contoh kasus 11

Masih sama dengan kasus nomor 8, pembayaran yang akan dilakukan sebanyak 3 kali sebesar Rp 1.000.000,00 dilakukan awal setiap tahun, maka berapakah jumlah uang yang akan diterima:

Diketahui: M 🡪 1.000.000

 I 🡪 10%

 n 🡪 3

Di tanyakan : *annuity due*

Jawab

$$FVA=1.000.000\left[\frac{\left(\left〈1+0,10\right〉^{3}-1\right)}{0,10}x\left(1+0,10\right)\right]$$

**FVA = Rp 3.641.000**

Jadi jumlah uang yang diterima oleh yati dalam konsep annuity due pada kasus nomor 8 sebesar Rp 3.641.000,-

Contoh kasus 12

Masih kasus nomor 5 hanya saja, pembayaran dilakukan 5 kali sebesar Rp 1.000.000,00 dilakukan pada awal setiap tahun, maka berapakah jumlah uang yang akan diterima:

Diketahui: M 🡪 1.000.000

 I 🡪 10%

 n 🡪 5

Di tanyakan : *annuity due*

Jawab

$$FVA=1.000.000\left[\frac{\left(\left〈1+0,10\right〉^{5}-1\right)}{0,10}x\left(1+0,10\right)\right]$$

**FVA = Rp 6.715.610**

Jadi jumlah uang yang diterima oleh yati dalam konsep annuity due pada kasus nomor 9 sebesar Rp 6.715.610

1. ***Present Value Of An Annuity***

*Present Value Of An Annuity* Nilai sekarang dari suatu anuitas terdiri atas n periode yang pembayarannya dilakukan pada akhir periode -anuitas biasa- dirumuskan sebagai berikut [[33]](#footnote-33):

$$PVA=M\sum\_{t=1}^{n}\left[\frac{1}{\left(1+i\right)}\right]^{t}$$

**C.** *Capital Budgeting*

*Capital budgeting* adalah merupakan seluruh proses dalam perencanaan dalam hal pengeluaran dana untuk Masa jangka pengembaliannya lebih dari satu tahun.

*Capital budgeting* adalah sesutau yang penting dalam investasi sebuah usaha dan sangat penting perusahaan dalam perencanaan sebuah investasi demi kemajuan perusahaan

Dibawah ini alasan perusahaan menggunakan capital budgeting:

1. Keterikatan dana untuk jangka waktu lama..
2. Investasi yang dilakukan pada aktiva tetap merupakan perkiraanpada periode di masa yang akan datang
3. Hasil keputusan dalam metode capital budgeting adalah untuk meningkatkan ketepatan pada perrolehan aktiva dan sesuai yang di inginkan perusahaan
4. sebuah kegagalan mungkin saja terjadi karena kelalaian dalam memperbaiki aktiva yang aus dan menggantinya yang lebih modern.

Pada konsep *Capital budgeting* secara komprenhensif adalah penerapan teori ekonomi klasik bahwa pendapat marginal harus sama dengan pengeluaran marginal

Dalam sebuah investasi optimal dapat terwujud bila biaya Modal Marginal = Internal Rate of Return (IRR). Jadi jika mengalami biaya marginal perusahaan lebih tinggi dari IRR maka nilai perusahaan otomatis menurun. Hanya saja untuk memperkirakan biaya modal marginal cenderung sedikit sulit

Konsep Penilaian Investasi pada profitabilitas

Beberapa metode untuk menilai investasi yang secara segaris besar digolongkan menjadi 2, yaitu :

* 1. *Undiscounted cash flow*

Pada metode ini sistem tidak memperhitungkan unsur waktu dari sector uang

Adapun yang terrmasuk pada undiscounted cash flow :

* + 1. Average Rate of Return (ARR)
		2. Payback Period (PP)
	1. *Discounted cash flow*

Pada Metode ini sistem memperhitungkan unsur waktu dari sector uang

, Adapun yang masuk metode *Discounted cash flow* adalah :

* 1. Net Present Value (NPV)
	2. Internal Rate of Return (IRR)
	3. Profitability Index (PI)[[34]](#footnote-34)

**AVERAGE RATE OF RETURN (ARR)**

Average Rate of Return dapa**t** menunjukkan sebuah prosentase keuntungan bersih setelah dipotong pajak. Cara perhitungannya dimulai dari average investasi atau initial investment. Mengapa Hal tersebut terjadi karena metode ini berdasarkan pada laba yang tercantum pada laporan keuangan.

Adapun hal positif pada metode ini adalah sederhana sehingga lebih praktis sehingga lebih mudah untuk dipahami dan metode ini cocock untuk investasi jangka pendek.

Adapun rumusnya sebagai berikut[[35]](#footnote-35)

$ARR=\frac{Rata-rata laba setelah pajak}{Rata-rata investasi}100\%$

Adapun hal negative pada metode ini adalah

 1. Hasil perhitungan kemungkinan bisa berbeda karean menggunkana rata-rata dan dihitung pertahun,

2. adanya kesulitan dalam menentukan tingkat keuntungan (ROR) yang dianggap layak,

3. pada Konsep ARR ini menggunakan laba akuntansi, dan bukan arus kas,

 4. tidak memperhitungkan nilai waktu uang.

Contoh: kasus 13

Ada sebuah investasi pada awal tahun sebesar Rp 10.000.000,

Sedangkan investasi pada akhir tahun sebesar Rp 8.000.000,00 dan diketahui laba pada saat tersebut sebesar Rp 4.000.000,00.

Maka ARR yang didapat dapat di jelaskan pada perhitungan sebagai berikut:

 ARR = 4.000.000 x 100 % = 22,22%

 {(10.000.000+8.000.000) : 2 }

Contoh: kasus 14

Kasus selanjutnya Ada sebuah investasi pada awal tahun sebesar Rp 10.000.000, Sedangkan investasi pada akhir tahun sebesar Rp 20.000.000,00 dan diketahui perusahaan merugi sebesar 1.000.000 laba

Maka ARR yang didapat dapat di jelaskan pada perhitungan sebagai berikut:

 ARR = -1.000.000 x 100 % = - 6,67%

 {(10.000.000+20.000.000) : 2 }

Contoh: kasus 15

Jika kasus selanjutnya Ada sebuah investasi pada awal tahun sebesar Rp 10.000.000, hanya saja tidak ada investasi akhir dan diketahui laba yang diperoleh sebesar Rp 3.000.000,- Maka ARR yang didapat dapat di jelaskan pada perhitungan sebagai berikut:

 ARR = -3.000.000 x 100 % = 60%

 {(10.000.000+0) : 2 }

Konsep *Payback Period*

Pada konsep *Payback Period*adalah suatu penilaian pada sebuah investasi dengan waktu yang diperlukan untuk maksud melihat arus kas bersih secara akumulasi dengan initial invesment atau dengan cara mengukur jangka waktu sehingga investasi tersebut dapat kembali.

Adapun rumus sebagai berikut

**Payback Period (PP) = Investasi Neto : Arus Kas Bersih (EAT)**

Apabila arus kas tidak sama yang diterima setiap tahun maka perlu interpolasi sampai nilai netto investasi kembali

Adapun kelebihan dari payback period ini adalah

1. sederhana,
2. diukur untuk mengukur likuiditas proyek,
3. dapat mengukur risiko.

Sedangkan kekurangan metode ini

1. tidak memperhatikan nilai waktu uang pada arus kas
2. tidak memperhatikan arus kas setelah payback serta
3. tidak tepat untuk mengukur profitabilitas
4. tidak baik untuk pengambilan keputusan.

Contoh kasus 16

Sebuah perusahaan A memiliki investasi awal sebesar Rp 1.000.000.000 dengan cash flow yang diharapkan sebesar Rp 200.000.000 selama, maka Payback periode pada investasi ini adalah

jawab : ,

1.000.000.000 = 5 tahun

200.000.000

Maka payback periode pada kasus ini adalah 5 tahun, maksudnya investasi akan kembali netto selama 5 tahun.

Contoh kasus 17

Sebuah perusahaan A memiliki investasi awal sebesar Rp 1.000.000.000 dengan cash flow yang diharapkan sebagai berikut;

Tahun ke 1. Rp 300.000.000

Tahun ke 2. Rp 250.000.000

Tahun ke 3. Rp 300.000.000

Tahun ke 4. Rp 400.000.000

Pertanyaannya pada tahun keberapa payback periode akan terjadi sehingga investasi kembali netto

Jawab

Tahun ke 1 🡪 1.000.000.000 – 300.000.000 = 700.000.000

Tahun ke 2 🡪 700.000.000 – 250.000.000 = 450.000.000

Tahun ke 3 🡪 450.000.000 – 300.000.000 = 150.000.000

Tahun ke 4 🡪 150.000.000 – 400.000.000 =

ada kelebihan pada tahun ke 4 dan ini adalah laba dari investasi yang dilakukan peusahaan.

Maka waktu yang digunakan untuk pengembalian investasi adalah 3 tahun 4,5 bulan

150.000.000 : 400.000.000 = 0,375

0,375 x 12 bulan = 4,5 bulan

 Contoh pada kasus payback yang arus cashnya tidak rata pada setiap tahunnya.

Contoh kasus 17

Sebuah perusahaan A memiliki investasi awal sebesar Rp 1.000.000.000 dengan cash flow yang diharapkan sebagai berikut;

Tahun ke 1. Rp 200.000.000

Tahun ke 2. Rp 200.000.000

Tahun ke 3. Rp 300.000.000

Tahun ke 4. Rp 400.000.000

Pertanyaannya pada tahun keberapa payback periode akan terjadi sehingga investasi kembali netto

Jawab

Tahun ke 1 🡪 1.000.000.000 – 200.000.000 = 800.000.000

Tahun ke 2 🡪 800.000.000 – 200.000.000 = 600.000.000

Tahun ke 3 🡪 600.000.000 – 300.000.000 = 300.000.000

Tahun ke 4 🡪 300.000.000 – 400.000.000 =

ada kelebihan sebesar Rp 100.000.000,-pada tahun ke 4 dan ini adalah laba dari investasi yang dilakukan peusahaan.

Maka waktu yang digunakan untuk pengembalian investasi adalah 3 tahun 4,5 bulan

300.000.000 : 400.000.000 = 0, 75

0,75 x 12 bulan = 9 bulan

 Contoh diatas merupakan kasus payback yang arus cashnya tidak rata pada setiap tahunnya.

**Net Present Value (NPV)**

**NPV** dari suatu investasi merupakan selisih atas arus kas bersih (EAT) -dimana cost of capital sebagai discount rate-nya- dengan investasi bersih atau *Present Value Net Investment*. **Rumus NPV : [[36]](#footnote-36)**

$$NPV=\sum\_{t=1}^{n}\frac{EAT}{\left(1+k\right)^{2}}-I\_{0}$$

dimana :

EAT = Earning After Tax (arus kas bersih)

k = Biaya modal yang menunjukkan tingkat keuntungan minimal yang diminta investor.

n = Usia aktiva yang diharapkan

I0 = Initial investment (investasi awal)

pada metode NPV sebuah investasi tersebut akan diterima jika NPV pada investasi adalah bernilai positif dan sebaliknya maka jika NPVnya dalam keadaan negative maka investasi tersebut di tolak atau juga bila present value arus kas bersih ternyata lebih rendah daripada investasi netto.

JIka kasus yang terjadi dihadapkan pada sebuah pilihan dari beberapa proyek pilihan atau investasi pilihan maka yang harus diperhatikan adalah pada nilai NPV yang paling tinggi. Metode NPV lebih baiak dari payback periode karena masih menghitung tingkat nilaiwaktu uanga

Selain kebaikan dari payback periode konsep NPV ini mudah digunakan dalam menilai sebuah investasi . Mengapa demikian karena NpV yang positif akan meningkatkan kemakmuran sebuah perusahaan.

***Internal Rate Of Return* (IRR)**

*Internal Rate of Return* adalah merupakan discount rate yang menyamakan *present value* arus kas bersih dengan present value invesment neto. Maksudnya bahwa IRR merupakan discount rate sehingga nilai NPV pada sebuaa investasi mempunyai nilai nol. Adapun rumus IRR [[37]](#footnote-37):

$$IRR=k+\left[\frac{\left(\sum\_{t=1}^{n}\frac{EAT}{\left(1+k\right)^{2}}-I\_{0}\right)}{SelisihPV kas masuk}\right]x1\%$$

Dimana :

 k = Tingkat keuntungan yang diharapkan

 I0 = Investasi awal

Selanjutnya memasukkan dalam rumus:

 **n**

 **NPV = Σ EAT - I0**

**t=1 (1+k)t**

Pada konsep metode IRR sebuah investasi akan diterima dalam pengambilan keputusan jika IRR investasi mempunyai nilai lebih besar daripada biaya modal (k) dan akan menolak sebuah investasi jika IRR lebih kecil daripada biaya modal (k).

Konsep IRR adalah sama dengan NPV, yaitu memperhatikan nilai waktu uang Cara memutuskannya sama dengan konsep metode NPV yaitu nilai IRR yang paling besar yang akan di pilih.

Kesulitan yang kemungkinan terjadi jika arus kas berubah dari positif kearah negative sehingga kemungkinan terjadi multiplier IRR.

*Profitability Index*

Pada konsep metode ini *Profitability Index*  ini sering disebut dengan *benefit cost ratio*. Adapun definisi *benefit cost ratio*

Adalah rasio antara present value arus kas bersih dengan investasi netto. Rumus **Profitability Index [[38]](#footnote-38):**

$$PI=\frac{\left[\sum\_{t=1}^{n}\frac{EAT}{\left(1+k\right)^{2}}\right]}{I\_{0}}$$

Dimana :

k = tingkat keuntungan yang diharapkan

I0 = Investasi awal

Sebuah metode *Profitability Index* iniakan mengijinkan jika sebuah investasi diterima jika memiliki *Profitability Index* lebih besar daripada yang lainnya

Metode P*rofitability Index*memiliki kelebihan dan kelemahan hamper halnya dengan metode NPV. Kelemahan metode ini sulit dipahami sedangkan kelebihannya dapat mengukur kenaikan kemakmuran secara relatif.

BAB 4

**Contoh Proposal Usaha**

Pada materi kali ini adalah bagaimana membuat sebuah proposal usaha yang akan diberikan kepada investor. Sehingga pihak investor tertarik pada konsep investasi tersebut. Pihak investor menginnginkan dananya aman untuk diinvestasikan pada usaha tersebut. Dalam membuat proposal berikan penjelasan yang konkrit dan detail. Tidak boleh ada data yang ambigu.

Pengajuan proposal usaha pada dasarnya gampang gampang susah. Setiap orang boleh membuat proposal sesuai kreativitas pembuat proposal. Hanya saja harus diperhatikan bahwa pembuatan proposal tetap mengikuti rencana yang dinginkan investor. Jangan sampai proposal dibuat ternyat melenceng dari tujuan investasi yang ditanam investor.

Cara untuk mengkonkritkan sebuah proposal menjadi sebuah gambaran yang enak di pahami maka tetap ditulis dalam bentuk paparan dan bentuk data yang konkrit serta jelas.,

Point point yang harus ada pada dalam proposal adalah

1. latar belakang usaha tersebut di buat

pada latar belakang memuat beberapa point penting. Adapun point penting yang harus ada yaitu

1. alasan membuat usaha ,
2. data yang mendukung bahwa proyek tersebut layak untuk investas
3. kelebihan dari investasi tersebut
4. kekurangan dari investasi tersebut
5. Proyeksi keberhasilan dari proyek

Pada tahapan ini pihak yang mengajukan pembiayaan harus membuat proyeksi keberhasilan tentunya dengan perhitungan yang rasional.

1. Perjanjian dari kedua belah pihak

Pada tahapan proposal boleh dilampirkan sebuah perjanjian antar kedua belah pihak untuk memberikan jaminan rasa aman dan meningkatkan kepercayaan bahwa usaha yang akan dibuat adalah benar dan bukan main main.

1. Format dalam pembuatan proposal

Dalampembuatan format proposal maka perlu melihat format dari perusahaan yang akan ditarik untuk menjadi investor. Buku ini mengajak pembaca untuk membuat format pembuatan proposal sesuai modifikasi pembaca.

**Proposal**

**PROGRAM USAHA LAUNDRY SYARIAH**

**PAMEKASAN**

**Diajukan untuk joint venture**

**pada usaha Pratama laundry syariah**

**di Pamekasan**

**Oleh**

**PRATAMA LAUNDRY**

**Pamekasan**

**2019**

Jenis kegiatan dan Jenis Produk

 yang akan dihasilkan : Jasa Laundry

Judul usaha : pembuatan laundry syariah di Pamekasan

Pelaksana

1. Nama : Andi Baisuki ( Pemilik)

No KTP :

Alamat :

2. Nama : Rahman Purnomo (Manajer)

No KTP :

Alamat :

3. Nama : Pangestu (keuangan)

No KTP :

Alamat :

4. Nama : Abdillah (Marketing)

No KTP :

Alamat :

5. Nama : Rahman Purnomo (Officer)

No KTP :

Alamat :

6 informasi tambahan : jumlah pekerja 15 orang

7. Informasi data penjualan

 Omset penjualan jasa laundry perbulan Rp 50.000.000

 Jumlah pelanggan 1.000

 Keuntungan bersih perbulan 10.000.000

1. Jumlah dana yang dibutuhkan Rp 300.000.000
2. Jangka wakatu kerja sama selama 5 tahun

**Format Usulan Joint Venture laundry Syariah di pamekasan**

1. **Analisis Situasi**
* Dilihat perkembangan usaha laundry di pamekasan mengalam kemajuan yang signifikan. Ditunjang dengan bermunculnya perusahaan dapan pabrik yang membutuh jasa laundry baik dari pihak rumah tangga maupun dari piahk perusahaan yang ada di sekitar kota pamekasa.
* Pamekasan sebagai gerbang salam dan merupakan kota santri yang religious tentunya label syariah dalam memberikan jasa laundry, maka pratama laundry ingin mengajak investor untuk joint venture kepada kamia.
* Kami akan memberikan keuntungan dengan konsep mudharabahah
* Omset penjualan jasa pratama laundry Rp 50.000.000 perbulan
1. Prospek Bisnis
* Konsep joint venture menggunakan akad mudharabah sebesar deangan pembagian keuntungan 50 % pemilik modal dan 50% untuk kami sebagi pengelola
* Omset penjualan jasa pratama laundry Rp 50.000.000 perbulan
* Keuntungan rata-rata perbulan 20.000.000 (netto)
1. **Target dari bisnis laundry syariah**

Target khusus

Jika semakin maju maka akan membuka cabang di tiap kecamatan dalam rangka membangun ekonomi di kota pamekasan

Target Lainnya

Membantu dan mensosialisasikan laundry sayariah.

Mengurangi pengannguran

1. **Poduk jasa Unggulan**

Produk jasa yang dihasilkan akan memberikan kepuasaan pelanggan dan perasaan was was atas jasa laundry tetang syariah

1. Konsep perhitungan invesatasi

Konsep Payback periode

Jumlah pendapatan per tahun Rp 20.000.000 X 12

 = Rp 240.000.000

Sistem mudharabah 50 : 50

Maka keuntungan yang didapat per tahun 120.000.000 untuk investor

Jadi payback periode yang terjadi sebagai berikut

Tahun ke 1 Rp 120.000.000

Tahun ke 2 Rp 120.000.000

Tahunke 3 Rp 60.000.000

 60.000.000 : 120.000.000 = 0,5

 Jadi investasi akan kembali jangka waktu 2 tahun 6 bulan

1. Keuntungan yang didapat

 Dana Investor akan kembali utuh selama 2 tahun 6 bulan

Laba akan di terima mulai bulan ke 31 dari tahun berjalan setiapa bulan sebesar Rp 10.000.000,-. Sehingga benefit cost yang didapatkan sebesar :

30 bulan x Rp 10.000.000 = Rp 300.000.000,- selama 5 tahun

Jika diprosentsekan maka keuntungan yang didapat setiap tahun sebesar 60%

Perhitungannya

300.000.000 : 100.000.000 = 300%

300% : 5 tahun = 60 %

Jadi perhitungan dari studi kelayakan yang hanya menggunakan *payback periode* menunjukkan bahwa usaha laundry syariah akan balik modal investasi secara netto selam 2 tahun 6 bulan. Sedangkan keuntungan yang didapat

**Daftar Pustaka**

Ari Fadiati dn Dedi Purwana, *Menjadi Wirausaha Sukses* (Jakarta: PT Remaja Rosdakarya, 2011), 2

Buchari Alma, *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum* (Bandung: Alfabetta, 2008), 5

Mark Cusson, *Entrepreneurship Teori, Jejaring, Sejarah* ( Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), 6

Robert Hisrich dan D.Peters M.P (1995), Entrepreneurship. Irwin. Chicago dalam Buchari Alma, *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum* (Bandung: Alfabetta, 2008), 48

Robert Hisrich dan D.Peters M.P (1995), Entrepreneurship. Irwin. Chicago dalam Yuyus Suryana, Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses (Jakarta: Kencana Prenadamedia, 2014), 24

Suad Husnan, 1998, Manajemen Keuangan : Teori dan Penerapan, edisi 2, BPFE, Yogyakarta.

Sukmadi, *Pengantar Ekonomi Bisnis*, (Bandung: Humaniora,2010), 14-15

Thomas W Zimmerer dan Norman M Scarborough, Pengantar Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil (essentials of entrepreneurship and small Business management) edisi ke empat

Leonardus Saiman, Kewirausahaan Teori, praktik dan kasus-kasus (Jakarta: Salemba empat, 2009), 45-46

Yuyus Suryana, Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses (Jakarta: Kencana Prenadamedia, 2014), 24

1. Ari Fadiati dn Dedi Purwana, *Menjadi Wirausaha Sukses* (Jakarta: PT Remaja Rosdakarya, 2011), 2 [↑](#footnote-ref-1)
2. Ibid [↑](#footnote-ref-2)
3. Buchari Alma, *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum* (Bandung: Alfabetta, 2008), 5 [↑](#footnote-ref-3)
4. Ibid [↑](#footnote-ref-4)
5. Ibid [↑](#footnote-ref-5)
6. Ibid, 7 [↑](#footnote-ref-6)
7. Robert Hisrich dan D.Peters M.P (1995), Entrepreneurship. Irwin. Chicago dalam Buchari Alma, *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum* (Bandung: Alfabetta, 2008), 7 [↑](#footnote-ref-7)
8. Yuyus Suryana, Kewirausahaan Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses (Jakarta: Kencana Prenadamedia, 2014), 24 [↑](#footnote-ref-8)
9. Ibid [↑](#footnote-ref-9)
10. Mark Cusson, *Entrepreneurship Teori, Jejaring, Sejarah* ( Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), 6 [↑](#footnote-ref-10)
11. Ibid, 7 [↑](#footnote-ref-11)
12. Robert Hisrich dan D.Peters M.P (1995), Entrepreneurship. Irwin. Chicago dalam Buchari Alma, *Kewirausahaan untuk Mahasiswa dan Umum* (Bandung: Alfabetta, 2008), 48 [↑](#footnote-ref-12)
13. ibid Suryana, 24-25 [↑](#footnote-ref-13)
14. ibid [↑](#footnote-ref-14)
15. Ibid, 25 [↑](#footnote-ref-15)
16. Ibid, 49 [↑](#footnote-ref-16)
17. Ibid 49 [↑](#footnote-ref-17)
18. Ibid 50 [↑](#footnote-ref-18)
19. Ibid 52-57 [↑](#footnote-ref-19)
20. Sukmadi, *Pengantar Ekonomi Bisnis*, (Bandung: Humaniora,2010), 14-15 [↑](#footnote-ref-20)
21. ibid Alma, 45 [↑](#footnote-ref-21)
22. Thomas W Zimmerer dan Norman M Scarborough, Pengantar Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis Kecil (essentials of entrepreneurship and small Business management) edisi ke empat [↑](#footnote-ref-22)
23. Leonardus Saiman, Kewirausahaan Teori, praktik dan kasus-kasus (Jakarta: Salemba empat, 2009), 45-46 [↑](#footnote-ref-23)
24. Ibid Alma 100 [↑](#footnote-ref-24)
25. Ibid Alma, 101 [↑](#footnote-ref-25)
26. Ibid alma 76 [↑](#footnote-ref-26)
27. Ibid Saiman, 77 [↑](#footnote-ref-27)
28. Suad Husnan, 1998, Manajemen Keuangan : Teori dan Penerapan, edisi 2, BPFE, Yogyakarta. [↑](#footnote-ref-28)
29. ibid [↑](#footnote-ref-29)
30. ibid [↑](#footnote-ref-30)
31. ibid [↑](#footnote-ref-31)
32. ibid [↑](#footnote-ref-32)
33. Ibid [↑](#footnote-ref-33)
34. ibid [↑](#footnote-ref-34)
35. ibid [↑](#footnote-ref-35)
36. Ibid [↑](#footnote-ref-36)
37. ibid [↑](#footnote-ref-37)
38. Ibid [↑](#footnote-ref-38)